Rateko

Radiohandelns tekniska och kommersiella organisationer 1/2015

CES – Klas Elms blogg med mera

Spelplanen 2015 – Den stora migrationen

Reklamation efter 20 år

Stabil uppdatering

An experience beyond the ordinary.

Philips Ambilight TV

Philips Ambilight TV gives you an experience beyond the ordinary, to make you feel more from the things you love to watch, play and share.

innovation + you

Experience Philips Ambilight TV at www.philips.com

PHILIPS

NEW 2014 9000-SERIES | www.philips.se

Rateko

UTGIVNINGSPLAN & ANNONSPRISLISTA - 2015

Branschtidningen Rateko ges ut av Ola Larssons aktiebolag, Eor AB, i samarbete med branschorganisationen ElektronikBranschen och distribueras till leverantörer inom hemelektronik och vitvaror/småel, samtliga butiker inom AudioVideo, Digitalbutikerna, Electra Gruppen, El-Giganten, Elkedjan, ELON, Elspar, Euronics, Hemexperten, Hemmabutikerna, Media Markt, NetOnNet och SIBA, samt till fristående handlare. Tidningen distribueras också till alla telekombutiker inom Dialect, The Phone House, 3, Ring Up, Telenor och Telia, samt till alla Cant-auktoriserade tekniker, större aktörer inom spelbranschen, serviceverkstäder, skolor, bibliotek och privatpersoner.
Upplagan är 5 300 exemplar och utgivningen är 6 nummer/år.

Branschtidningen har funnits i 72 år och hette 1943-1954 ”Radiohandlaren”, 1955-2009 ”Rateko” och 2010-2013 ”ElektronikBranschen”. Från 2014 heter den återigen ”Rateko”.

Branschtidningen läses av ägare, VD, butiks- och inköpschefer, samt de säljare som förmedlar ert budskap till konsument.

När man annonserar i Rateko skapar man riktad och kvalitativ exponering till nyckelpersoner i branschen.

Rateko 2015 innehåller information om såväl konsumentelektronik som vitvaror/småel – fördelningen är dock inte 50/50 utan fler sidor handlar om konsumentelektronik än vitvaror.

ANNONSPRISLISTA 2015

Annons	Pris
Sex helsidor	99 000 kr (16 500 kr per helsida)
Tre helsidor	59 400 kr (19 800 kr per helsida)
Sex halvsidor	59 400 kr (9 900 kr per halvsida)
Tre halvsidor	35 700 kr (11 900 kr per halvsida)
En helsida	25 000 kr
En halvsida	15 000 kr

UTGIVNINGSPLAN 2015

Nummer	Annonsmaterial	Utgivning
# 1	4 februari	13 februari
# 2	1 april	10 april
# 3	3 juni	12 juni
# 4	19 augusti	28 augusti
# 5	14 oktober	23 oktober
# 6	2 december	11 december

ANNONSINFORMATION

Pris är exklusive moms men inklusive lagstadgad reklamskatt. Betalningsvillkor 30 dagar netto. Dröjsmålsränta 10 % över gällande diskonto.

Helsida: 210x297 mm. Halvsida: 210x148,5mm / 105x297mm

Utfallande annons kräver 3 mm utfall på varje sida, vilket innebär att en utfallande helsidesannons skall ha måtten 216x303 mm (de yttersta 3 mm runt de 210x297 mm som kommer synas skärs bort för att undvika vita kanter kring annonsen).

Annonser skall levereras som högupplösta PDF-filer med inbäddade typsnitt och bilder (PDF-version 1.5 – 300 dpi) alternativt som 300 dpi CMYK-bild (helst JPG/JPEG).

Annonser e-postas till ola@rateko.se.

På www.rateko.se finns mer information och där kan man också läsa branschtidningen i PDF-format.

ANNONSBOKNING / KONTAKT

Är du intresserad av att annonsera i Rateko 2015, eller har någon fråga om branschtidningen, är du varmt välkommen att höra av dig via e-post eller telefon.

För annonsbokning: kontakta Ola Larsson

ola@rateko.se
+46 709 30 95 05

Ola Larsson Chefredaktör

Rateko / Eor AB
Adress: Eor AB, c/o Ola Larsson
Kristinebergsvägen 8, 1tr, 112 44 Stockholm
Mobil: +46 709 30 95 05
www.rateko.se

INNEHÅLL

18

Rateko
Radiohandelns tekniska och kommersiella organisationer 1/2015
CES – Klas Elms blogg med mera
Spelplanen 2015 – Den stora migrationen
Reklamation efter 20 år
Stabil uppdatering

Omslag: Ola Larsson

14

12 SNABBINDEX JANUARI: OFÖRÄNDRAD TREND
Försäljningen av hemelektronik återhämtar sig sakta och flera produktgrupper visar förbättrad försäljning.

14 RATEKO HAR NU EN HEMSIDA
På den nya hemsidan www.rateko.se finns såväl information om branschtidningen som nyheter, produktnyheter och videoklipp.

16 ELEKTRONIKBRANSCHEN HAR NYDESIGNAD HEMSIDA
ElektronikBranschens hemsida (www.elektronikbranschen.se) har fått helt ny design, och innehållet är också till stora delar förändrat.

18 CES – KLAS ELMS BLOGG MED MERA
CES2015 gick av stapeln i Las Vegas 6-9 januari och ElektronikBranschens VD Klas Elm var- liksom Ratekos Ola Larsson- på plats och bloggade direkt från mässan.

38

34 STABIL UPPDATERING
Olympus har lanserat OM-D E-M5 Mark II, som ett sofistikerat verktyg för den kreativa, spontana fotografen och videofilmaren – kompakt, lättarbetad, väderskyddad och med marknadens mest kraftfulla bildstabilisering som kompenserar upp till fem slutarsteg, oavsett situation ger den skarpa bilder i upp till 40 megapixel.

36 REKLAMATION EFTER 20 ÅR
För en tid sedan hörde Jan Ljuhs en mycket intressant historia om hur ett av våra leverantörsföretag behandlade en kund i ett garantiärende. Det var en mycket rolig och läsvärd konversation som Jan inte vill undanhålla Ratekos läsare.

38 SPELPLANEN 2015 – DEN STORA MIGRATIONEN
När Spelplanen arrangeras för tolfte gången handlar heldagen mycket om det som man pratat om de tidigare åren. För det är nu den stora migrationen inträffar där TV-tittandet går allt mer online på det linjäras bekostnad. Netflix har skakat marknaden och tittarna vill ha valfrihet på hur och när de ska titta.

60

60 DESIGN OCH TID BAKOM IQ700
Marknadsledande Siemens lanserar nu den nya ugnsserien iQ700 på nordiska marknaden. Fokus ligger på design och tidsaspekten, vilket har gjort att den nya ugnen är tre produkter i ett. Siemens iQ700 innehåller nämligen ånga och micro utöver ugnsfunktionerna.

Högupplöst ljud med Lightning kontakt.

Inbyggd DAC och förstärkare för en ljudupplevelse i 24 bit.
Med Philips Fidelio M2L-hörlurar får du HD-ljud direkt till din iOS-enhet, utan förvrängning eller störningar.

innovation & you

Fidelio M2L
Hörlurar

PHILIPS

Rateko

1/2015 – Årgång 73

www.rateko.se

Branschtidning för fackhandeln inom Radio, TV, Foto, IT, Telekom, Hushållsapparater, Belysning och Service.

Rateko ges ut av Eor AB i samarbete med ElektronikBranschen.

1943-1954 – Radiohandlaren
1955-2009 – Rateko
2010-2013 – ElektronikBranschen
2014-? – Rateko

Chefredaktör & ansvarig utgivare
Ola Larsson
tel: 0709-30 95 05
ola@rateko.se

Medverkande
Klas Elm (Ledare, Snabbindex, CES)
Allan Larsson (ARN)
Anders Lundmark (ARN, Reklamation)
Jan Bjerkesjö (Siemens)
Mats Lundgren (Spelplanen)
Jan Ljuhs (Reklamation)

Annonsering & prenumerationsärenden
Ola Larsson
tel: 0709-30 95 05
ola@rateko.se

Utgivare
Eor AB
c/o Ola Larsson
Kristinebergsvägen 8, 1tr
112 44 Stockholm
tel: 0709-30 95 05
ola@rateko.se

Tryckeri
PrintOne
Box 379
301 09 Halmstad
tel: 035-16 67 80
info@printone.se / www.printone.se

Rateko – ISSN: 2001-8576
Såväl tidning som tryckeri är miljöcertifierade enligt ISO 14001.

Rateko utgivning 2015:
#1 – 13 februari
#2 – 10 april
#3 – 12 juni
#4 – 28 augusti
#5 – 23 oktober
#6 – 11 december

Tidningen ansvarar ej för icke beställt material. Citera oss gärna, men ange alltid källan. Eftertryck kan medges efter överenskommelse med redaktionen.

Stockholm – 13 februari 2015

2015 – nytt år & nya möjligheter

Klas Elm - VD ElektronikBranschen
0704-580 108 - elm@elektronikbranschen.se
(foto: Gordon Andersson)

När man summerar 2014 – hur gick det egentligen? Jag skulle säga att det gick bättre och bättre. Det var ganska trögt under vintern och våren men totalt sett gick det bättre vartefter. Jag trodde på positiva förändringstal innan året var slut. Sen kom rekylen med en riktigt dålig månad i juli. Efter det kom det igång igen och ökade stadigt under hösten, men kom ändå inte riktigt ifatt. Vi slutade på en försäljning som ackumulerat under året var 2,2 procent sämre än 2013.

Men vi slutade i alla fall i en positiv trend. Det varierar naturligtvis kraftig mellan produktgrupperna. Ni som läser detta och sysslar med foto är kanske inte överlyckliga. Men slutet av året, och början av 2015, visar imponerande siffror för videokameror (+29 procent jämfört med förra året).

Positivt för branschen är också att den värdemässigt största produktgruppen, mobiltelefoner, haft en ökad försäljning under 2014. Detta är särskilt anmärkningsvärt med tanke på att 2013 också var ett mycket bra försäljningsår. 3,8 miljoner mobiltelefoner såldes under året vilket är en uppgång med 100 000 enheter. Marknaden är tämligen stabil sedan cirka 5 år och inför 2015 förväntas inga förändringar.

En annan viktig produktgrupp är TV. Den totala försäljningen stannade på ungefär samma nivå som året innan, cirka 750 000 st. Trenden är ju fortsatt helt klar vad gäller att svenskarna köper större TV-skärmar. För även om totalförsäljningen ligger still, så ökade försäljningen av TV-skärmar på 43 tum och större med hela 18,3 procent. Storsäljaren är en 55-tums TV.

Ett värdemässigt viktigt produktområde är också laptop och pc. Försäljningen av laptops sjönk under året med 1,8 procent men övrig pc steg med lika mycket (+2,0). Surfplattorna hade en vikande försäljning under 2014, men då ska man minnas att 2013 var ett fantastiskt försäljningsår. Den slutliga siffran för 2014 blev 7,5 procent färre sålda produkter jämfört med året innan.

Det såldes 1 miljon surfplattor under året och jag tror att marknaden är ganska stabil. Spännande inför 2015 är hur man ska definiera produkterna. Hybrider mellan surfplattor och laptops kommer brett. Och hybrider mellan surfplattor och mobiltelefoner är också här.

Marknaden för ljud hade ett bra år – från små hörlurar till stora ljudsystem. Totalt ökade kategorin audio med 7,1 procent. Allra bäst gick det dock för spelkonsoler där försäljningen under 2014 var 40 procent bättre än året innan.

Lägger man till detta vad butikscheferna tror om det första halvåret 2015 är jag säker på att vi har ett bra år framför oss. ■

KLAS ELM

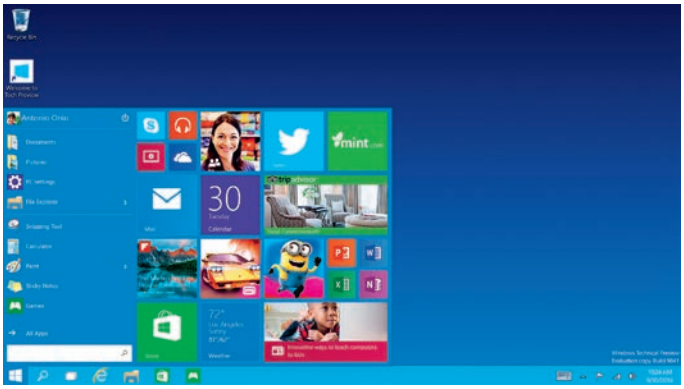
Fyra gånger roligare TV

Med 3840 x 2160 pixlar har Grundig Fine Arts TV fyra gånger högre upplösning än full-HD-TV. Den 65" stora skärmen i Ultra HD ger en enastående hemmabioupplevelse – komplett med fantastisk ljudkvalitet, användarvänliga menyer och många smarta funktioner.

Läs mer på grundig.se

WHAT REALLY MATTERS

GRUNDIG



WINDOWS 10 - NÄSTA GENERATION WINDOWS

Microsoft har presenterat nästa kapitel för Windows – samma upplevelse oavsett enhet och plats med Windows 10. Bland nyheterna finns nya funktioner för 2-i-1-datorer, applikationer som anges fungera lika bra på telefonen som på datorn samt nya produkter som Microsoft HoloLens och Microsoft Surface Hub.

Windows 10 lanseras under andra halvan av 2015. Användare som idag har enheter med Windows 7, Windows 8.1 och/eller Windows Phone 8.1 kommer kostnadsfritt kunna uppgradera till Windows 10 under första året, efter lanseringen. Windows 10 erbjuder en sömlös användarupplevelse oavsett vilken enhet som används. Windows 10 finns med dig överallt oavsett om du använder din Xbox, surfplatta, telefon eller dator, anger företaget.

Under lanseringen presenterades även en gemensam app-plattform. För utvecklare innebär det att en applikation endast behöver skrivas en gång sedan är det enkelt att anpassa applikationen för olika typer av Windows 10-enheter.

En ny webbläsare som går under kodnamnet ”Project Spartan” introduceras med Windows 10. Bland nyheterna finns bland annat ett nytt läge för att läsa texter, nya möjligheter att interagera och dela webbsidor samt inbyggt stöd för Cortana (Microsofts virtuella assistent). En uppdaterad version av Office, med stöd för touch, lanseras med Windows 10 för att erbjuda samma upplevelse oavsett enhet.

Utöver det presenterade Microsoft två helt nya produkter kopplade till Windows 10. Microsoft HoloLens och Microsoft Surface Hub. Med Microsoft HoloLens blir Windows 10 världens första holografiska operativsystem och erbjuder helt nya möjligheter att skapa, njuta av underhållning, kommunicera och ta del av information. Microsoft Surface Hub är en 84-tums enhet med inbyggda kameror, sensorer och mikrofoner. Enheten är skapad för arbetet och låter dig samarbeta med dina kollegor oavsett om ni är i samma konferensrum eller på olika platser i världen. ■

FYRA TIMMAR TV PER DAG

En genomsnittlig 16-65-åring lägger nu mer än fyra timmar om dagen på online-, nedladdad eller linjär-TV. Det är första gången sedan MMS började mäta rörlig bild som tittartiden passerar fyra timmar per dag.

Vid vårens mätning 2014 låg tittartiden på 236 minuter om dagen, men ökade i höstens mätning till 249 minuter per dag.

– Det totala TV-tittandet, som innefattar även nedladdad och streamad TV, är högre än någonsin. Att vi dagligen lägger mer än fyra timmar på att titta på TV visar att TV-mediet står starkt, även om sätten vi tar till oss TV på varierar, säger MMS vd Magnus Anshelm.

Resultaten är hämtade från MMS Rörliga Bilder 2014 och specialrapporten Rörliga Bilder hösten 2014. Datainsamlingen görs med webbenkät i åldersintervallet 16-65 år, och respondenterna får själva uppge hur länge de tittat. De båda undersökningarna genomfördes i april och oktober 2014. ■

PIONEER OMSTRUKTURERAR

Pioneer Europe meddelar att man avser genomföra en omorganisation. Pioneer Corporation avser att genomföra en omstrukturering av verksamheten i en kombination av överlåtelse, integration och effektivisering, som för Europas del kan leda till att 85 tjänster går över till nya verksamheter och att ytterligare 129 riskerar bli övertaliga. Som tidigare meddelats, i september, avser Pioneer att koncentrera sina ledningsresurser och bygga en affärsstruktur centrerad på affärsområdet Car Electronics.

Affärsområdet DJ i Europa kommer att överföras till Pioneer DJ Europé Ltd, vars aktier i moderbolaget ägs av KKR (85,05%) och av Pioneer (14,95%).

Affärsområdet Home Audio Video och hörlurar kommer att integreras med Onkyo, och Pioneer kommer att äga 14,95% av aktierna i Onkyo. Slutligen kommer affärsområdet Car Electronics att effektiviseras i syfte att förbättra lönsamheten.

Pioneer genomförde 10 december ett extraordinärt möte med all personal och har meddelat sin avsikt att för Europas del minska med 129 tjänster av totalt 470 i tolv länder där Pioneer Europe har dotterbolag och filialer, däribland Norden.

Konsekvenserna för den Nordiska verksamheten är att av dagens totalt 31 tjänster kan 13 tjänster komma att erbjudas anställning i någon av de tre nya verksamheterna och att 18 tjänster riskerar bli övertaliga.

Ovanstående har meddelats all personal och berörda fackliga förbund den 9:e december 2014. Nu går Pioneer in i en fas av informationslämnande och samrådsförfaranden med berörda parter. ■

CLINT “SPOTIFIED MED FULL MULTIROOM”

Clint Digital, den danska producenten av trådlösa högtalare, meddelar att Asgard-serien nu är klar för Spotify Connect med Full Multiroom.

– Vi är oerhört stolta över att introducera denna funktion och större uppgradering till vår Asgard-serie. Uppdateringen av Spotify Connect med Full Multiroom finns endast hos ett fåtal A-brands, vilket naturligtvis gör det ännu mer betydelsefullt för ett litet företag som vårt, att vi nu också kan erbjuda denna funktion, säger VD Brian Larsen, Clint Digital.

Clint Digital planerar att lägga till ett flertal nya tjänster och nya modeller till Asgard-serien – uppkallade efter gudarna och gudinnorna inom den nordiska mytologin.

De första två högtalarmodellerna som heter Freya och Odin finns nu tillgängliga. De lanserades på IFA2014.

Alla Asgard-produkterna speglar traditionen bakom nordisk design, dansk akustik och den typiska nordiska enkelheten inom design, material och användargränssnitt. Hela Asgard-serien är utvecklad i Danmark av Clint Digital och är designad av danske designern Phillip Bodum. ■

MYFC ÅRETS TEKNIKLEVERANTÖR

Tillverkaren av den svenska bränslecellsladdaren myFC PowerTrekk, vann utmärkelsen ”Årets Teknikleverantör” vid Telekomgalan i Vinterträdgården på Grand Hôtel den 4 februari 2015.

Motiveringen löd ”Teknik är själva grunden som telekombranschen vilar på. Att sticka ut som teknikleverantör på den svenska marknaden är inte lätt, då vi har en teknologisk utvecklingshistoria som inte går av för hackor. Priset till årets teknikleverantör tilldelas i år ett bolag som verkligen gjort något unikt för såväl branschen som för användarna. Det är dessutom ett bolag som kan göra skillnad för vår gemensamma miljö på sikt. I en tid när behovet av mobil tillgänglighet ökar lavinartat är det viktigt med väl fungerande lösningar för att ladda mobiltelefonen oavsett var man befinner sig.”

myFC tog hem priset i konkurrens med Net Insight, HiQ, MyFC, F-Secure, och Precise Biometrics.

Telekompriset är Sveriges främsta pris för telekombranschen och delas ut av det oberoende nyhetsbrevet Telekomnyheterna. Syftet är att lyfta fram bolag och personer som har gjort någonting riktigt bra inom telekom under året.

– Vi tackar och bockar, att telekom industrin ser oss nu betyder att vi adresserar ett väldigt viktigt problem. Den plattformslansering vi gör på MWC i Barcelona om några veckor kommer att vara ett dramatiskt teknikhopp och basen för vår Fashion Tech era, där vi tämjer bränslecellstekniken så att den platsar med dina bästa kavajer, telefoner och hörlurar, säger Björn Westerholm, CEO myFC. ■

FILM2HOME OCH HEADWEB BLIR PLEJMO

Streamingtjänsten Film2home har växt de senaste månaderna. Nu expanderar de ytterligare genom uppköp av konkurrenten Headweb. Tillsammans lanserar de Plejmo, som en helt ny filmtjänst som bland annat erbjuder en dynamisk prissättning av film, offline-tillgänglighet, bättre användarvänlighet och Sveriges största filmutbud av ny och äldre film.

Film2home växer med förvärvet av vod-tjänsten Headweb, som vunnit flertalet priser för sin tjänst, bland annat Internet Worlds ”Bästa underhållningssajt” flera år i rad. I köpet ingår varumärket, tillhörande sajt, kundregister och filmregister. Tillsammans lanserar de Plejmo, en helt ny filmtjänst som finns tillgänglig i Beta-version redan idag.

– Den fysiska DVD-försäljningen har avstannat medan streamingmarknaden växer. Med förvärvet av Headweb och lanseringen av Plejmo ska vi erbjuda konsumenter Sveriges bästa filmtjänst, säger Ulrika Lindwall, vd på Plejmo.

För Headwebs eller Film2homes befintliga kunder innebär inte förvärvet någon förändring utan de kommer i fortsättningen kunna njuta av ett ännu bredare utbud av prisvärd film genom Plejmo.

– Plejmo ska ha de nyaste filmerna direkt när de släpps digitalt och samtidigt erbjuda marknadens största utbud av film. Dessutom kommer det att finnas gratisfilmer samt filmer prissatta från 3 SEK och uppåt. Vår dynamiska prissättning ska utmana prenumerationstjänsterna inom streaming, säger Ulrika Lindwall. ■

PHILIPS TV I SAMARBETE MED SKISTAR

Philips TV är officiell partner till Skistar och titelsponsor till Skistars nya parkkoncept Åre Ambilight Snow Park 2015.

Säsongens nyheter i Åre Ambilight Snow Park är ”Battleship” och ”Wallride”. Det är även premiär för ”Ambilight Hangout”, ett aktivitetshus som bjuder på stugvärme och flera aktiviteter och tävlingar under kommande säsong. Kommunikationsbyrån BrandEcho är ansvarig för idé och koncept.

– Det är ett drömcase för oss om arbetar strategiskt med varumärkesallianser. Utgångspunkten var parternas ömsesidiga behov av att attrahera och aktivera en ung medveten målgrupp, 18-25 år. Med parkkonceptet kan vi ta fram kampanjer och aktiviteter där en bredare målgrupp är med och både skapar och delar innehåll utifrån passionen för utförsåkning, säger Linda Häggkvist, vd, BrandEcho.

– Vi kommer att göra en mängd aktiviteter i Åre. Allt samlas i sociala medier under hashtagen #limitless. Ett av de långsiktiga målen med vår närvaro är även att utrusta alla Skistars stugor med Philips Ambilight TV, säger Emelie Strand, Marketing Communication Manager på TP Vision, företaget som säljer och marknadsför Philips TV.

Philips TV bröt igenom i den internationella skidvärlden hösten 2014 genom filmen ”Afterglow” där tre av världens främsta friåkare nattetid störtar utför offpist i Alaska. Efter bara några veckor hade miljoner sett filmen och den har fått flera utmärkelser.

För att koppla samman ”Afterglow” med Åre-satsningen har Philips tagit fram ett nytt digitalt skidspel, ”Philips Ambilight Experience Park”, där man kan tävla nedför nattliga pister på tid och vinna några av Philips prestigeprodukter på afterglowskigame.com.

Reklambyrån Ahlstrand & Wållgren som tagit fram Afterglow-filmen har även producerat ”Philips Ambilight Experience Park”. ■

JABRA & ITU WORLD TRIATHLON

Jabra blir ny global partner för ITU World Triathlon Series 2015.

– Jabras unika hörlurar är designade för aktiva triatleter som tidigt tar till sig ny teknik. Företagets budskap är att utveckla och förbättra prestationer genom hårt arbete och goda förberedelser. Det stämmer helt överens med ITU:s kärnvärderingar, säger ITU:s president och IOK-ledamoten Marisol Casado.

2015 fyller ITU World Triathlon Series sju år. Under säsongen kommer världsserien att innehålla tio deltävlingar med Abu Dhabi som senaste tillskottet som startar säsongen 6-7 mars. Varje tävling kommer att ge kvalificeringspoäng till OS i Rio de Janeiro 2016 – tävlingarna kommer dessutom att innehålla en motionsklass öppen för alla som vill delta. Elittävlingarna kommer att TV-sändas världen över och även streamas online.

Jabra kommer att vara närvarande i sju av de tio VM-tävlingarna. Jabra kommer dessutom att vara värd för en tävling som sträcker sig genom hela serien – en tävling där deltagarna har chans att vinna en resa till kommande destination i ITU-serien. ■

DRAGON AGE INQUISITION ÅRETS SPEL

I slutet av januari delades priserna för fjolårets bästa spel ut på Spelgalan 2015, som i år var en intern branschtillställning. Rollspelseposet Dragon Age Inquisition vann priset för Årets spel, utvecklaren BioWares tredje del i serien. Spelet ges ut och distribueras av Electronic Arts.

– Vi på BioWare vill personligen tacka er för att ha blivit tilldelade priset för Årets spel. Vi visste att en tuff vandring väntade oss när vi började utvecklingen för fyra år sedan, men var redo att göra allt för att skapa en häpnadsväckande berättelse och ett fantastiskt rollspelsäventyr, säger Mike Laidlaw, Creative Director.

– Vi är rörda över allt stöd vi fått från spelare, den svenska communityn, våra partners och juryn för denna fantastiska ära, säger Mark Darrah, Executive Producer.

Priset för Årets återförsäljare gjorde comeback, och Webhallen kammade hem priset för en andra gång. Årets svenska spel är Wolfenstein: The New Order som utvecklades av den uppsalabaserade studion Machine Games. Dragon Age Inquisition vann även priset för Årets RPG. ■

HUSHÅLLEN BETALAR MER FÖR STREAMING

Den svenska marknaden för webb-TV-abonnemang har vuxit stadigt allt sedan den amerikanska streamingjätten Netflix lanserade i Sverige i slutet av 2012. Samtidigt ökar också hushållens utgifter för TV och film via internet.

2013 lade svenska hushåll i snitt 7% av sina utgifter för TV och film på webb-TV-abonnemang. Hösten 2014 hade den andelen fördubblats. Än så länge står traditionella betal-TV-paket för en klar majoritet av svenskarnas utgifter för rörlig bild, men under 2015 väntas klyftan minska ytterligare.

Orsakerna till utgiftsökningen online är flera. För det första har fler hushåll webb-TV-abonnemang idag jämfört med ifjol. Mer än vart fjärde svenskt hushåll har idag abonnemang till minst en streamingtjänst, vilket är en rejäl ökning mot fjolåret.

För det andra är en högre andel av webb-TV-abonnemangen betalda idag, bland annat som en följd av att kampanjerbjudanden övergått till betalda abonnemang. Slutligen betalar hushållen allt mer för sina webb-TV-abonnemang. Dels för att allt fler skaffar abonnemang till flera olika tjänster, men också för att priserna höjts. Största aktören Netflix höjde exempelvis priset från 79 kr per månad till 89 kr i våras, liksom marknadstvåan Viaplay gjort för sitt baspaket.

– Utgifterna för webb-TV ökar kraftigt, både i kronor och som andel av hushållens totala budget för film och TV. Men vi ser också en tillväxt av de totala utgifterna för rörlig bild, så det är inget nollsummespel. Konsumenternas intresse är helt enkelt på topp och många skaffar webb-TV-abonnemang som ett komplement till betal-TV, bio och andra betalformer, snarare än som ersättare. Vi får se hur länge den utvecklingen håller i sig, säger Marie Nilsson, VD Mediavision. ■

HUAWEI ÖKADE 30 PROCENT 2014

Nyligen presenterade Huawei Consumer Business Group (BG) resultatet för 2014. Den total försäljningen ökade med 30 procent jämfört med tidigare år till 12,2 miljarder USD. Leveranser ökade med 7,8 procent till totalt 138 miljoner enheter under 2014, inklusive 75 miljoner smartphones, en ökning med 45 procent jämfört med 2013.

– Vår strategi att fokusera på högkvalitativa produkter i mellan- och det högre prissegmentet under 2014 har resulterat i stor utveckling inom flera områden som produktutveckling, varumärkeskännedom, kanalutveckling och ökad marknadsandel. Detta har ytterligare befäst vår position som nummer tre på smartphone-marknaden. Den globala spridningen av vårt varumärke har fortsatt och Huawei har blivit det första bolaget från det kinesiska fastlandet att komma med på Interbrand's Top 100 Global Brands of 2014-lista, säger Richard Yu, CEO på Huawei Consumer BG. ■

RICOH STORSATSAR PÅ KIKARE

Ricoh har redan sedan tidigare ett stort sortiment kikare under varumärket Pentax, men kikaravdelningen har varit en mindre avdelning i företaget med små resurser. Nu satsar man stort på detta segment, man har rekryterat mer personal för detta, och snart lanserar man sina nya kikare.

– Pentax har ett gott rykte för sin kvalité både när det gäller kameror, objektiv och kikare. Med de här nya modellerna och de ökade resurser man tillför kikaravdelning finns förutsättningar för rejält ökade marknadsandelar, säger Hans Bergquist, Nordic Product Manager hos Focus Nordic, nordens största fotodistributör.

Hela den befintliga kikarserien med 34 modeller får en rejäl uppfräschning. Med hjälp av den senaste teknologin av antireflexbehandling kan beprövade optiska konstruktioner nå helt nya höjder. Den nya antireflexbehandlingen ger högre ljustransmission (mindre ljusförslust) och ny smutsavisande nano-coating på alla ytterlinser, gör de nya Pentax Sport Optics-modellerna än mer prisvärda än idag.

De nya kikarna delas in i fyra olika serier;

- Z-serien: Pentax nya flaggskeppsmodeller. Kikare som tävlar i den absoluta premium-klassen.
- S-serien: I serien finns både kikare av porro-/takkants-prismatyp men med det gemensamt att de har en frontlins på 40mm eller större.
- A-serien: I serien finns både kikare av porro-/takkants-prismatyp men med det gemensamt att de har en frontlins som är mindre än 40mm. De kännetecknas av sin kompakta form.
- U-serien: Denna serie består av kikare av typen inverterad porro-prisma med hög optisk prestanda och skärpa ända ut i kanterna trots den kompakta storleken. ■

LENOVOS RESULTAT TOPPAR FÖRVÄNTNINGEN

Lenovo publicerade den 3 februari sin kvartalsrapport för det tredje kvartalet i företagets finansiella år. Rapporten visar att Lenovos intäkter uppgår till 14,1 miljarder dollar, vilket är en ökning med 31 procent jämfört med samma period i fjol.

Sammanslagningar och förvärv har lett till en ökad balans i företagets utbud där PC-delen nu står för 65 procent av intäkterna, mobila enheter för 24 procent och produkter för storföretag står för 9 procent.

Lenovos kärnverksamhet inom datorer är fortsatt stark trots den betydande omvandlingen och diversifieringen genom förvärven av Motorola och IBMs X86 servrar. Fördelningen mellan deras produktområden har blivit en stor styrka för Lenovo. Bara för ett år sedan stod datorer för 81 procent av verksamheten.

– Under det senaste kvartalet nådde vi många milstolpar. De två mest anmärkningsvärda är fullbordandet av uppköpen av Motorola och x86-servrarna från IBM. Båda dessa enheter integreras nu med Lenovos övriga verksamhet och bygger ett starkt fäste för våra lokala expansioner för en mer komplett och mångsidig produktportfölj. Samtidigt har vi bibehållet vår position som tvåa på PC-marknaden och fortsätter att växa snabbare än marknaden. Vårt mål är fortsatt att växa och vara ledande inom varje produktkategori som vi representerar, säger William van Kerkvoorde, VD Lenovo Sverige.

Bruttoresultatet för det tredje kvartalet i Lenovos finansiella år ökade med 54 procent, jämfört med samma period föregående år, till 2,1 miljarder dollar, med en bruttomarginal på 14,9 procent. Rörelseresultatet för kvartalet minskade med 3 procent jämfört med samma period föregående år, till 325 miljoner dollar. ■

LG 1XTRA

LG Electronics har lanserat servicekonceptet 1Xtra, som innebär att ett extra skärmbyte inkluderas i priset då man bokar en reparation av sin mobilskärm via LG:s kundtjänst. LG berättar att utöver det extra bytet så erbjuder 1Xtra ett konkurrenskraftigt fast pris på reparationen, naturligtvis genomförd med LG originaldelar av en certifierad verkstad, samt en snabb och smidig reparation med retur inom max fem arbetsdagar. 1Xtra-garantin gäller under produktens normala garantiperiod, vilket är två år efter inköpsdatum.

– Vi på LG har som mål att erbjuda marknadens bästa service inom hemelektronikprodukter och göra kontakten med vår kundtjänst till en så positiv upplevelse som möjligt. 1Xtra är ett mycket fördelaktigt koncept för de konsumenter som inte har tecknat någon extra försäkring till sin smartphone. De som hittills erbjudits 1Xtra har blivit glatt överraskade, både över priset för reparationen, vår snabba och smidiga hantering och att de får ett extra skärmbyte på köpet. Det är kundtjänst med riktig Life's Good-känsla, säger Isa Tirpan, nordisk servicedirektör på LG Electronics. ■

SONOS LANSERAR BLUE NOTE PLAY:1

Sonos första Limited Edition-högtalare någonsin firar mer än 75 år med det bästa inom jazz, med en unik design och tillgång till exklusiva spellistor.

Legendarisk musik förtjänar att firas. Vi hyllar jazzlegenderna, deras bidrag till konsten och ett skivbolag som grundades på löftet att leverera en tidlös upplevelse och som fångar energin och känslan av ett liveframträdande – vi presenterar Sonos Play:1 Blue Note Limited Edition för att uppmärksamma de 75 år som gått och ett minnesvärt år fyllt av samarbeten, meddelar Sonos.

– Musik är menad att förmedla en känsla till lyssnaren. Du vill inte att något ska störa den känslan och Sonos delar Blue Notes hängivenhet inför denna ambition, säger Blue Notes VD, Don Was.

– Vi ville skapa ett uttryck som reflekterar Blue Notes unika stil och samtidigt omfamna allt det som gör ett liveuppträdande unikt. Detta utgjorde inspirationen för vår designlösning – en design som fångar ett ögonblick i skapandet, säger Tad Toulis, Sonos vice president för design.

Högtalarens unika utförande och finish har skapats med en specialfärg som baseras på både manuella lackeringstekniker och strategisk användning av robotar. Detta resulterar i en finish med en lodrätt toning, från mörkblå till himmelsblå, som avspeglar den djupa basen och de fylliga och detaljerade höga och låga toner som människor känner till och älskar med Play:1, anger företaget.

Sonos har endast tillverkat 4 100 spelare och räknar med en snabb åtgång. ■

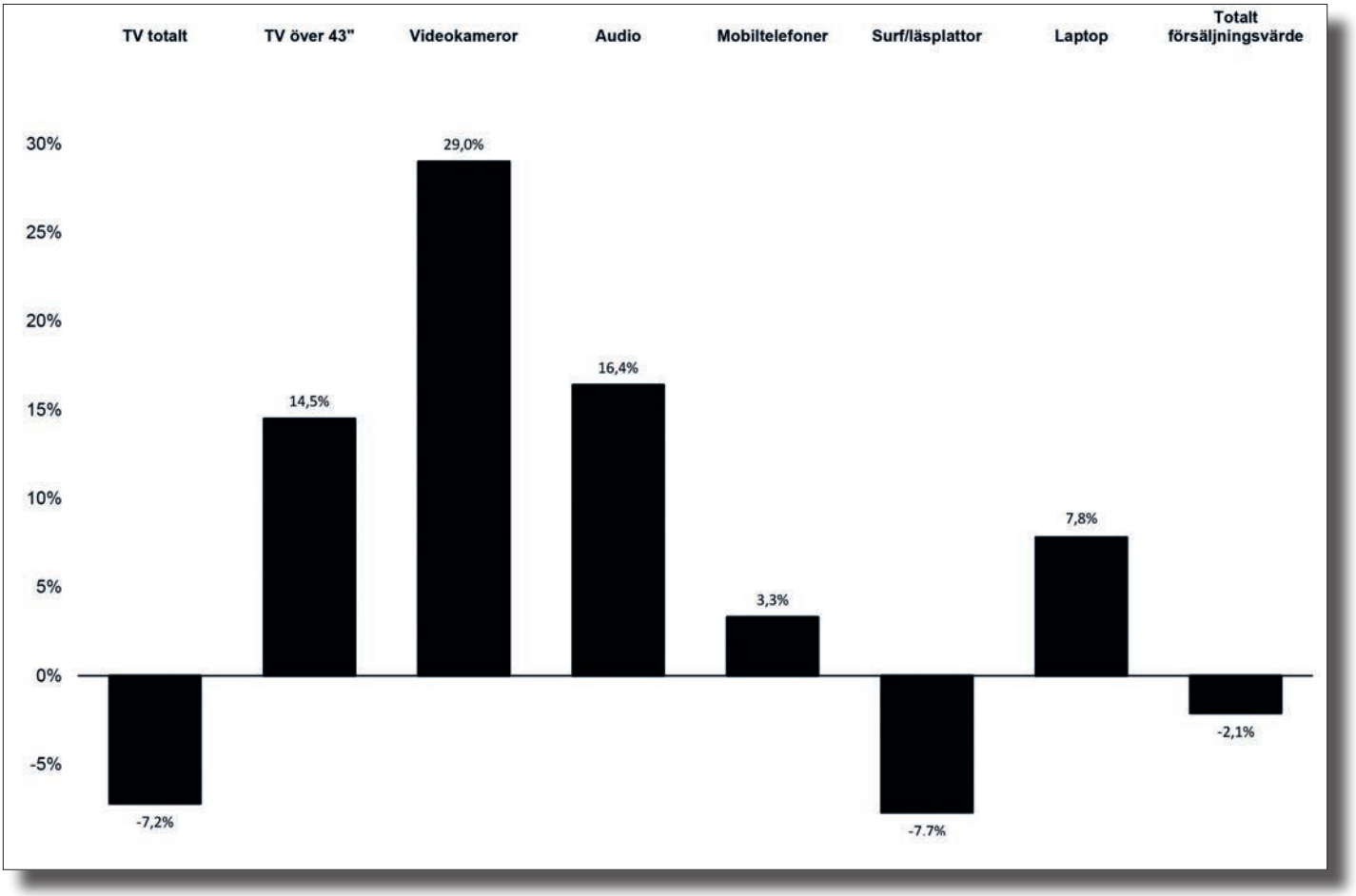
ETTNOLL DESIGN & SERVICECONNECTION

DMS Sweden AB och ETTnoll Design AB meddelar att ETTnoll Design AB har förvärvat samtliga aktier i bolaget ServiceConnection i Sverige AB, som idag äger och driver den webbaserade kommunikationsplattformen ServiceConnection. ETTnoll Design AB blir därmed marknadsledande inom webbaserad eftermarknadshantering för elektronikbranschen i Norden.

Från 7 januari drivs ServiceConnection vidare av ETTnoll Design AB, som har för avsikt att utveckla tjänsterna vidare samt även integrera ServiceConnection med Serviceinfo som sedan drygt 10 år ägs och drivs av bolaget ETTnoll Design AB från Piteå.

– Målet med affären är att vi vill kunna erbjuda den Nordiska marknaden en fullskalig modern kommunikationsplattform för reklamations- och serviceärenden, med så många integreringar som möjligt inom telekom-, hemelektronik- och vitvarubranschen, säger Håkan Johansson, VD för ETTnoll Design AB.

ServiceConnection kommer att drivas vidare som tidigare och de kunder som idag använder ServiceConnection kommer dessutom att erbjudas fler kommunikationsvägar, fler integrationsmöjligheter och fler funktioner än tidigare. DMS kommer att under 2015 bistå ETTnoll Design med sitt tekniska kunnande för befintliga kunder och system. ■



Den ackumulerade försäljningen sedan januari 2015 av sju produktgrupper samt totalt försäljningsvärde. Statistiken avser produker i antal, utom för totalen som avser värde. Diagrammet visar den procentuella förändringen för perioden, jämfört med motsvarande period 2014.

ElektronikBranschens snabbindex januari:

Oförändrad trend men videokameror sticker ut

Försäljningen av hemelektronik återhämtar sig sakta och flera produktgrupper visar förbättrad försäljning.

TEXT: KLAS ELM, VD ELEKTRONIKBRANSCHEN

Januaris försäljning av telefoner var 3,3 procent bättre än motsvarande månad 2014 och även laptops sålde bra – 7,8 procent bättre.

Att svenskarna byter ut sina TV-skärmar mot större är också tydligt. Januaris försäljning av skärmar större än 42 tum är cirka 14,5 procent bättre än förra året. Även audioprodukter fortsätter att öka sin försäljning, upp 16,4 procent.

Noterbart är också att laptopförsäljningen startade året bättre än surfplattorna. För hela hemelektronikmarknaden ligger dock försäljningen fortfarande under motsvarande månad 2014, men nu endast med 2,1 procent.

– Förra året var det spelkonsoler som stack ut, men vinterns stora överraskning är videokameror. Från att ha haft det riktigt tungt, har de senaste månaderna visat fin försäljning. I januari 29 procent bättre än i fjol, säger Klas Elm, VD ElektronikBranschen. ■

ElektronikBranschen

SNABB INDEX

Succén fortsätter!

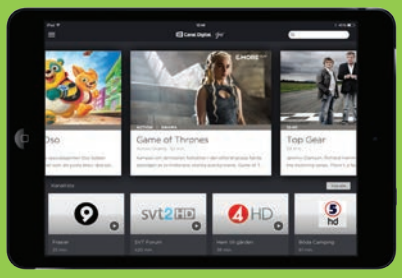
Den 15 februari startar Canal Digitals vårkampanj
– nu ännu bättre med Canal Digital ToGo fritt i 3 mån!

- **Byt fritt! Kunden får byta mellan våra kanalpaket fritt under avtalstiden.**
- **Upplev allt! Familjepaketet + C More Max fritt i 3 månader. – Nu ingår även 3 mån fritt med Canal Digital ToGo!**
- **Kanalpaket från 198 kr/mån.**
- **HD och play ingår.**

Byt upp dig!
Canal Digital gör din tv bättre.
Byt kanalpaket fritt från 198 kr/mån
Kanalpaket från 198 kr /mån
Canal Digital
Byt upp dig!
Gör din tv bättre.

Skyltning pågår
– Antingen har du hunnit få vårt material eller så är det på väg till dig!

27 tv-kanaler
15 playkanaler
C More Play



Canal Digital ToGo kommer i vår på iPhone och Android

- iPad-appen laddas kostnadsfritt ned från App store och heter "Canal Digital GO".
- **Testa!** Du loggar in med samma inlogg som till den nya återförsäljarwebben.

Tveka inte att höra av dig till någon av våra distriktschefer!

Distriktschef Väst
Anders Lindgren
0765-26 25 55

Distriktschef Öst
Andreas Blomqvist
0765-26 25 88

Distriktschef Syd
Per-Ola Erlandsson
0765-26 25 72

Distriktschef Mitt
Calle Sundell
0709-11 88 67

Distriktschef Stockholm
Milos Englund
0709-11 88 76

Distriktschef Norr
Marcus Sundelin
0706-658867

Canal Digital

www.rateko.se:

Rateko har nu en hemsida

På den nya hemsidan www.rateko.se finns såväl information om branschtidningen som nyheter, produktnyheter och videoklipp.

TEXT: OLA LARSSON

ElektronikBranschens hemsida - www.elektronikbranschen.se - har fått helt ny design, och i samband med det försvann informationen om branschtidningen från den hemsidan – vilket är logiskt eftersom det sedan 2014 inte längre är branschorganisationen som ger ut branschtidningen, utan undertecknads bolag Eor AB.

Det var alltså dags för Rateko att få en egen hemsida, och efter några dagars ”trial & error” hemsidesnickrande på Hemsida24 finns en hemsida uppe.

Fyra sidor

Tanken bakom www.rateko.se var att bygga en minimalistisk hemsida som ändå innehåller den information man kan förvänta sig. Det finns endast fyra undersidor:

1. **Tidning** – Här finns i skrivande stund de sex Rateko som gavs ut 2014 som PDF-filer, och inom kort kommer äldre nummer också att läggas upp här.
2. **Video** – Just nu finns sammanlagt 42 videoklipp (under rubrikerna CES, IFA, MWC, Photokina och Övrigt) men fler klipp kommer läggas upp kontinuerligt.
3. **Nyheter** – Det finns i skrivande stund (6 februari) 48 ”Nyheter” och 46 ”Produktnyheter”, och ambitionen är att i princip dagligen lägga upp nyheter och produktnyheter från konsumentelektronikbranschen.
4. **Kontakt** – Den som är intresserad av att annonsera och/eller vill veta när nästa tidning kommer ut finner här - förutom kontaktuppgifter till undertecknad - ”Utgivningsplan & Annonsprislista” på såväl svenska som engelska.

Responsiv design

Meningen är att www.rateko.se skall fungera lika bra via dator som via mobil och surfplatta, då den har så kallad responsiv design, men i dagsläget ser vissa saker en smula bättre ut via dator.

Hemsidan kommer, i takt med att undertecknad arbetar med den och Hemsida24 utvecklar sitt publiceringsverktyg, förhoppningsvis bli bättre framöver – men det viktigaste var att få upp en fungerande hemsida så snart som möjligt, till en så låg kostnad som möjligt.

Investeringen i hemsidan är än så länge knappt 1 500 kr plus de timmar undertecknad ägnat åt den – det tog en stund att fixa bakgrundsbilden bestående av omslagen till samtliga Rateko, ElektronikBranschen och El&Vitt utgivna mellan 2000-2014, men det kändes som en lämplig bakgrund... ■

Rateko

PUBLICATION PLAN & AD TARIFF - 2015

The Consumer Electronics Trade Magazine Rateko is published by Eor AB in cooperation with the Trade Organisation ElektronikBranschen and distributed to suppliers and all retail shops within AudioVideo, Digitalbutikerna, Electra Gruppen, El-Giganten, Elkedjan, ELON, Elspar, Euronics, Hemexperten, Hemmabutikerna, Media Markt, NetOnNet and SIBA, as well as to independent retailers. The magazine is also distributed to all telecom stores within Dialect, The Phone House, 3, Ring Up, Telenor and Telia, plus to all Cant-certified service technicians, service shops, schools, libraries and private individuals.

The circulation of Rateko is approximately 5 300 copies and it is published six times per annum.

The Swedish Trade Magazine within Consumer Electronics has been around for 72 years and was 1943-1953 called ”Radiohandlaren”, 1955-2009 ”Rateko” and 2010-2013 ”Elektronik-Branschen”. From 2014 it is called ”Rateko” anew.
The Trade Magazine is read by Managing Directors, Retail Outlet Managers, Purchasing Managers and Sales Personnel – that delivers your message to the end consumers.
When advertising in Rateko one is creating directional and qualitative exposure to key figures in the trade.
Rateko 2015 includes information about Consumer Electronics as well as large and small appliances – the allocation however is not 50/50, as more pages concerns Consumer Electronics than appliances.

AD TARIFF 2015

Ad	Price
Six full pages	99 000 SEK (16 500 SEK per ad)
Three full pages	59 400 SEK (19 800 SEK per ad)
Six half pages	59 400 SEK (9 900 SEK per ad)
Three half pages	35 700 SEK (11 900 SEK per ad)
One full page	25 000 SEK
One half page	15 000 SEK

PUBLICATION PLAN 2015

Number	Ad deadline	Publication
# 1	4 February	13 February
# 2	1 April	10 April
# 3	3 June	12 June
# 4	19 August	28 August
# 5	14 October	23 October
# 6	2 December	11 December

AD INFORMATION

Prices are exkluding VAT but includes statutory advertising tax. Terms of payment 30 days net. Interest on overdue payment 10% + currently valid minimum lending rate.

Full page: 210x297mm. Half page: 210x148,5mm/105x297mm

On bleed advertisements a 3 mm margin is required on each edge, which means a full page bleed advertisement is to have the dimensions 216x303 mm (the outermost 3 mm around the area of 210x297 mm will be cut away. This is necessary in order to avoid white edges around the advertisement).

Ads are to be delivered as high-resolution PDF-files with embedded fonts and images (PDF-version 1.5 – 300 dpi) or as a 300 dpi CMYK-image in JPG/JPEG format.

E-mail ads to ola@rateko.se.

More info on www.rateko.se, where the Swedish Consumer Electronics Trade Magazine can be read in PDF-format.

AD BOOKING / CONTACT

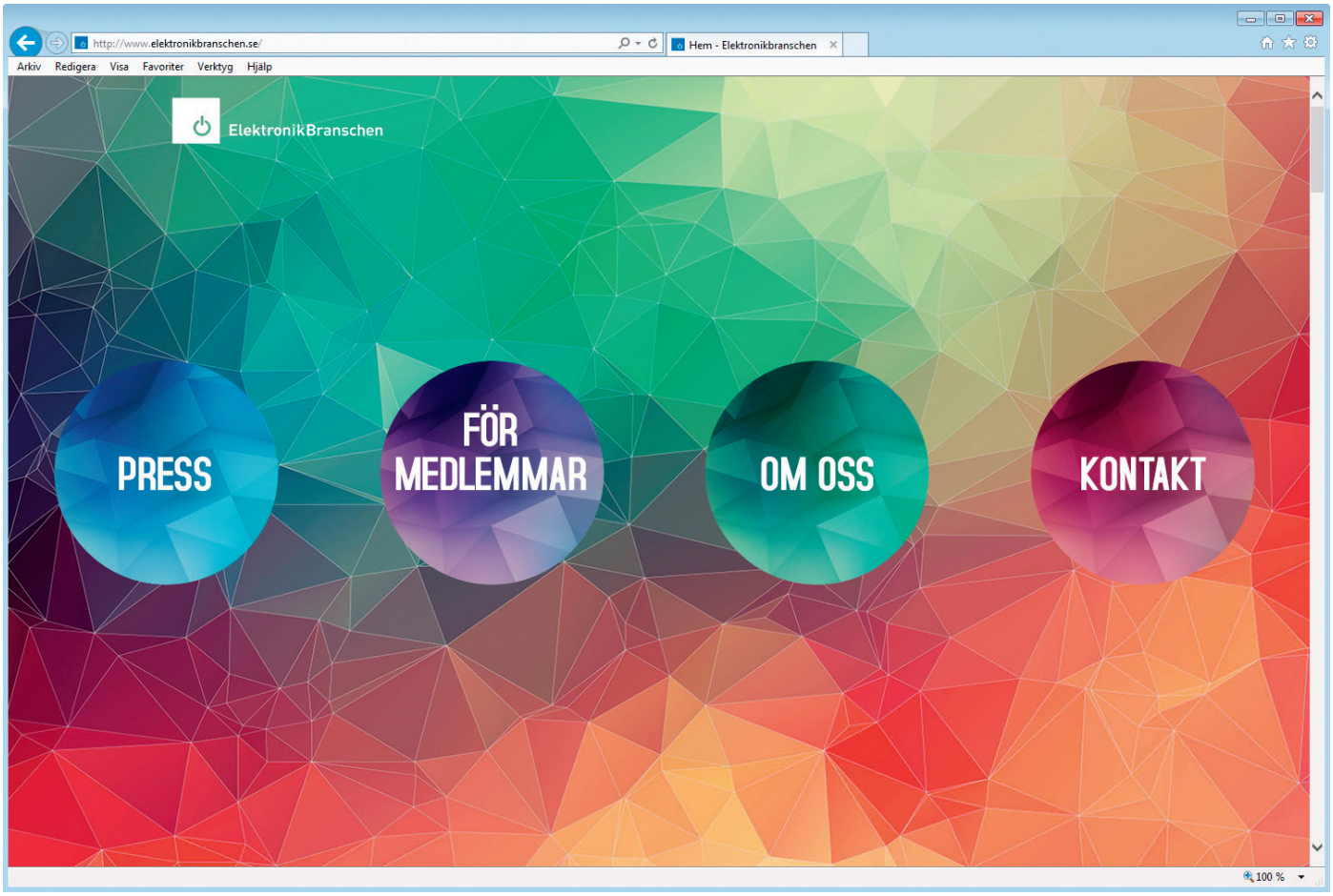
If you are interested in advertising in Rateko, or have any kind of question regarding the Swedish Consumer Electronics Trade Magazine, do not hesitate to get in touch via e-mail or phone.

Ad booking: contact Ola Larsson

ola@rateko.se
+46 709 30 95 05

Ola Larsson Editor in Chief

Rateko / Eor AB
Address: Eor AB, c/o Ola Larsson
Kristinebergsvägen 8, 1tr, 112 44 Stockholm, Sweden
Mobile: +46 709 30 95 05
www.rateko.se



www.elektronikbranschen.se:

ElektronikBranschen har nydesignad hemsida

ElektronikBranschens hemsida (www.elektronikbranschen.se) har fått helt ny design, och innehållet är också till stora delar förändrat.

TEXT: OLA LARSSON

Bland de nya sakerna på hemsidan finns fem bloggposter, skrivna av ElektronikBranschens VD Klas Elm, från CES i Las Vegas i början av året samt två videoklipp från samma mässa. Innehållet kommer givetvis att öka framöver.

På hemsidan finns (under rubriken ”För Medlemmar”) information om saker som Eftermarknadsutbildning, Försäkringscertifiering, Konsumenträtt, Energimärkning, Ecodesign och Producentansvar.

– Jag ville ha en modern hemsida som är responsiv och kan läsas på tablets och smartphones. Dessutom vill jag ha en hemsida med egna nyheter om branschen och nyhetsbevakningen samlad. Informationen som är en service till medlemmarna, ska vara lätt att hitta, men bloggen ska vara det första som möter läsaren, säger Klas Elm, VD ElektronikBranschen.

Hur mycket ström drar en TV?

Redan 2007 startade ElektronikBranschen en hemsida där aktuell information om energiförbrukning redovisas för TV och komplexa digitalboxar.

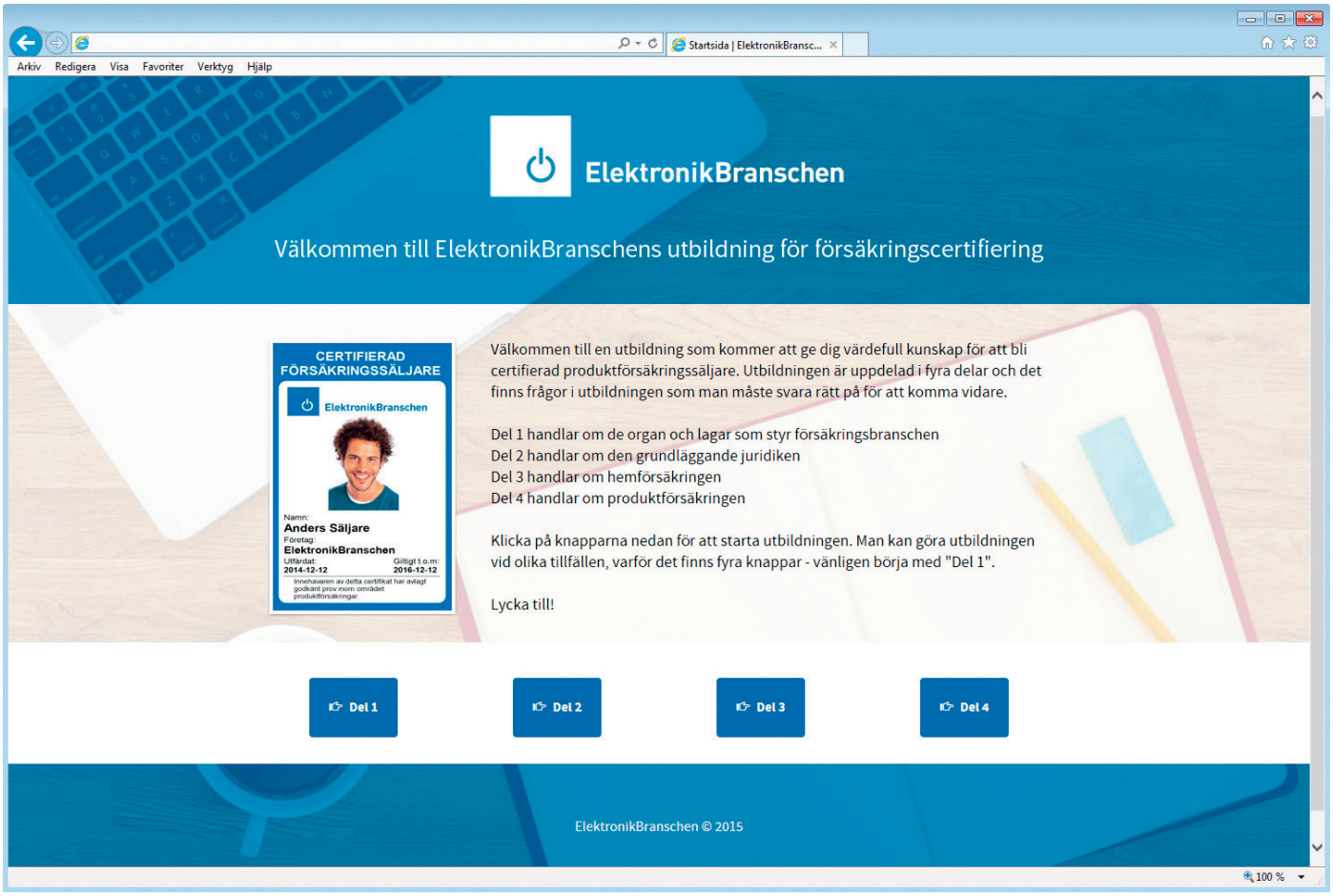
Detta är den mest kompletta informationen som lämnas av alla ledande leverantörer på ett ställe. Listan uppdateras två gånger per år, maj/juni och dec/jan.

I tabellen kan man själv välja vilka apparater man vill lista, och sedan kan man sortera sin lista genom att klicka på de olika rubrikerna. På www.elektronikbranschen.se/jamfor-produkter listas i skrivande stund energiförbrukning med mera för 768 TV (9 OLED, 73 Ultra HD, 662 LCD och 24 Plasma).

Branschtidningen

ElektronikBranschens nya hemsida innehåller inte information om branschtidningen Rateko, utan det återfinns numer på Ratekos hemsida - www.rateko.se - där även nyheter och produktnyheter publiceras.

– Nu när Rateko lever ett eget liv, är det en bättre uppdelning att produkt- och personnyheter ligger på Ratekos hemsida, och att på vår hemsida finns nyheter om och från branschen, säger Klas Elm. ■


Startsida | ElektronikBransc...
Arkiv Redigera Visa Favoriter Verktyg Hjälp
ElektronikBranschen
Välkommen till ElektronikBranschens utbildning för försäkringscertifiering
CERTIFIERAD FÖRSÄKRINGSSÄLJARE
ElektronikBranschen
Namn:
Anders Säljare
Företag:
ElektronikBranschen
Utfärdat:
2014-12-12
Giltigt t.o.m:
2016-12-12
Innehavaren av detta certifikat har avlagt godkänt prov inom området produktförsäkringar.
Välkommen till en utbildning som kommer att ge dig värdefull kunskap för att bli certifierad produktförsäkringssäljare. Utbildningen är uppdelad i fyra delar och det finns frågor i utbildningen som man måste svara rätt på för att komma vidare.
Del 1 handlar om de organ och lagar som styr försäkringsbranschen
Del 2 handlar om den grundläggande juridiken
Del 3 handlar om hemförsäkringen
Del 4 handlar om produktförsäkringen
Klicka på knapparna nedan för att starta utbildningen. Man kan göra utbildningen vid olika tillfällen, varför det finns fyra knappar - vänligen börja med "Del 1".
Lycka till!
Del 1
Del 2
Del 3
Del 4
ElektronikBranschen © 2015
100 %

Kontakta din chef för att få www-adressen till:

ElektronikBranschens utbildning för försäkrings-certifiering nu på nätet

Nu finns kompendiet för försäkringscertifiering i elektronisk form, och man kan läsa kurs-materialet - samt svara på frågorna - via sin dator, mobil eller surfplatta.

TEXT: OLA LARSSON

Inom kort kommer hela 10 000 försäljare, kundmottagare och kassapersonal inom återförsäljarledet hos medlem-mar i ElektronikBranschen ha genomfört ett godkänt certifieringsprov. Det är unikt att så många sedan starten hösten 2008 har fått en adekvat utbildning inom lagar och förordningar som styr förmedling av tjänsten produktförsäkringar.

Elektroniskt & på papper

För att göra kursmaterialet ännu effektivare finns från i år själva kompendiet i elektronisk form. Det är lätt att läsa, och man kan göra det överallt eftersom det numera går utmärkt att göra det på såväl dator som smartphone och surfplatta. För den som vill ha pappret i handen finns kompendiet fortfarande i pappersformat A4.

Om det är din tur att göra ett prov snart – tala då med din chef om det nya elektroniska kompendiet.

Utbildning

På www-adressen du får av din chef finns utbildningen, som hittills endast funnits på papper, och den är indelad i fyra delar – man behöver inte göra alla delarna på en och samma gång utan tanken är att man skall kunna göra en del om man får en kvart över, för att senare komma tillbaka och fortsätta utbildningen.

Prov

På www.elektronikbranschen.se/for-medlemmar finns (under rubriken ”Försäkringscertifiering”) mer information om själva pro-vet – som man just nu endast kan göra via dator, men inom kort kommer man även att göra provet via mobil och surfplatta. ■

Klas Elm sammanfattar CES2015 på knappt tre minuter – vid årets CES-skylt, Las Vegas Convention Center North Hall. (foto: Ola Larsson)

Klas Elms blogg från CES

CES2015 gick av stapeln i Las Vegas 6-9 januari och ElektronikBranschens VD Klas Elm var på plats och bloggade direkt från mässan.

TEXT & FOTO: KLAS ELM

Nedan återges Klas Elms blogginlägg från mässan i sin helhet:

Klas Elm bloggar från CES i Las Vegas

2015-01-04

I dag smygstartar världens största elektronikmässa, CES, i Las Vegas. Mässan startar med presskonferensen State of the Industry. Där kommer den amerikanska branschföreningen att redogöra för försäljningen av hemelektronik i världen. De kommer också att försöka peka ut några trender vi kan vänta oss av 2015. Jag kommer att bevaka denna presskonferens såväl som de många andra som sedan radar upp sig här. Det kommer att bli en tuff vecka, men kul. Förra året träffade jag Vince Neil från Mötley Crüe, får se vem man springer på i år...

Nu startar mässan

2015-01-06

Idag startar mässan på allvar. Hittills har det varit stora presskonferenser och små minimässor (Digital Experience och Unveiled). Det man slås av är att frågan inte längre handlar om vad som kan digitaliseras – utan vilka digitaliseringar som det är någon nytta med.

Klas Elm intervjuar Steve Koenig, CEA, under CES Unveiled söndagen 4 januari på hotellet Mandalay Bay i Las Vegas. (foto: Stian Sønsteng)

Internet Of Everything är här. Kombinera billig datalagring, uppkoppling och billiga små sensorer, så kan nästan allt digitaliseras. När då allt kan mätas, lagras och sändas vidare kommer frågan – varför?

Förra året skrev jag om en sparkdräkt för bebisar som sände vidare temperatur, hjärtfrekvens, rörelse och ljud. En smartare lösning än babykameran alltså. När barnet har vaknat, blivit hungrig eller ledsen får föräldern ett meddelande i mobilen. Smart och tydlig nytta. I år slår wearables igenom på bred front. Monterytan för bärbar teknik, som aktivitetsarmband och smarta klockor, har ökat 400 procent på CES.

Jag såg en cool produkt på en av minimässorna där start up företag visar upp sig. Vert mäter hur högt man hoppar! Rolig produkt med nytta. Men det kan ju bero på att jag gillar volleyboll. Jag såg också en kruka som säger till om fikusen behöver mer vatten. Nja, jag vet inte…

Svenska företaget Mionix, som tillverkar datormöss för gamers, är först i världen (enligt uppgift) med att sätta sensorer i datormusen. Stressnivån kan mätas (till exempel puls och handsvett). Precis som det är kul att se pulsen på Staffan Larsson när han kör vasaloppet, är det kul att se hur stressade spelarna är när zombies kommer springande. Men användningen kan bli bredare än så. Den kan överföras till office-världen också. Överstressade personer i kundsupporten är till exempel inte bra. Det kan mätas i något man håller i 8 timmar om dagen – musen.

Shawn DuBravac på CEA (amerikanska branschorganisationen) talade om att cirkeln måste slutas. Man tar något i det analoga (riktiga) livet och digitaliserar det, till exempel mäter med sensorer. Informationen skickas vidare och processas i någon form. Men det är först när cirkeln sluts och när det digitala påverkar den analoga världen igen, som nyttan uppstår. När vi tack vare tekniken kan göra något bättre, smartare och roligare – då är det en lyckad digitalisering. Som babykläder med sensorer i. Att bara mäta är det ju i sig ingen glädje med, men när föräldrarna kan sova bättre, inte behöva stå över spjälsängen hela dagarna och dessutom bebisen själv inte behöva ligga med tunga blöjor i onödan. Ja, då är det rejäl nytta.

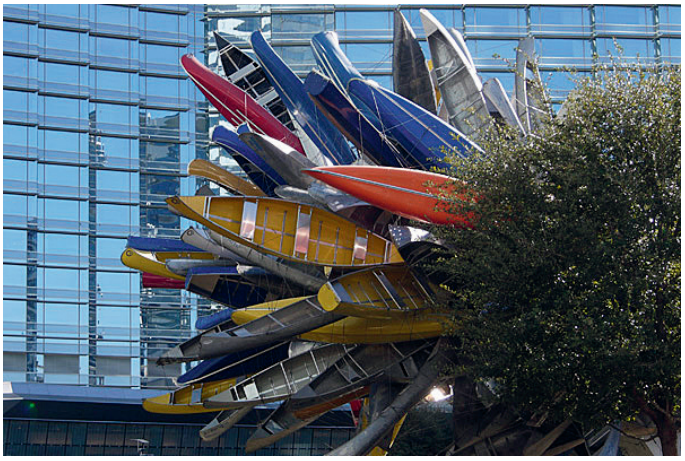
CES dag 1

2015-01-07

Efter första dagen på mässan är det två begrepp som snurrar mest i huvudet – High Resolution Audio och High Dynamic Range.

Bättre kvalitet på både ljud och bild. Det skulle jag säga är det som sticker ut efter denna första dag på mässan. High Dynamic Range (HDR) ger OTROLIGT mycket mer ljus i bilden, som ger bättre kontrast och bättre färg. Det ger verkligen en fantastisk bild. Nu kan hårdvarutillverkarna göra skärmar som ger denna teknik rättvisa. Nu gäller det bara att de som skickar ut materialet snabbt hänger på. Som vanligt förväntas Netflix och de andra OTT-leverantörerna komma först. Men jag vet att arbete pågår för broadcasters också. Nya utsändningsstandarder är på väg. Det kommer att bli grymt bra!

Och även när det gäller ljud är det bättre kvalitet som gäller. Efter IFA gav jag Hi Res en bubblarstatus bland trenderna. Och nu tycker jag att det snackas ännu mer om ljud med hög kvalitet. Men jag undrar fortfarande om tillräckligt många vill ha "allt, överallt och närsomhelst" OCH med superkvalitet – eller om folk har vant sig med "good enough".



CES Dag 2 – stora och små företag

2015-01-08

Andra dagen innehöll mycket motsättningar. Jag besökte de största företagen och de minsta.

Dagen började med ett möte med svenska startups. Svenska riskkapitalföreningen med Isabella de Feudis och Tomas Bennich i spetsen hade tagit med och samlat 50 personer där helt nystartade företag fick möta riskkapitalister och journalister. Många hade med sin första prototyp och andra en första leverans. Där fick vi se allt från VR-glasögon med den egna mobilen som intelligens, en teddybjörn vars hjärta slår i den takt som föräldern har, kringprodukter för Candy Crush Saga och mycket annat.

Under dagen hann jag också med att besöka de riktigt stora drakarna; Samsung, LG, Philips och TCL. Och på TV-sidan är det också motsättningar. Det är främst OLED mot HDR/Quantum Dot. I korthet kan sägas att det är LG som är ensamma på OLED-tronen medan de andra hävdar att HDR (High Dynamic Range) och Quantum Dot (ett nanofilter som ger mer ljus och renare färger) är minst lika bra.

Det som är slående på TV-sidan är dock att Ultra HD/4K redan är standard. Det som så sent som förra året var en fråga om det verkligen skulle lanseras – är idag i princip standard i alla toppmodeller. Mer än hälften av modellprogrammen för samtliga leverantörer är nu UHD.

CES 2015 – trender och summering

2015-01-09

Då var CES i Las Vegas över för denna gång. Trenderna är flera. Den första är att Internet of Everything är här. Allt kan digitaliseras. När sensorer, datalagring och överföring har blivit billigt är inte frågan längre vad som kan digitaliseras – utan varför. Det viktiga är på vilket sätt som den digitala världen kan göra den analoga världen bättre, smartare eller roligare. Den applikationen som faktiskt löser det – kommer att lyckas.

När det gäller ljud och bild är det några buzzwords att hålla reda på – High Resolution Audio, High Dynamic Range och Quantum Dot. På ljudsidan är det naturligtvis trådlöst som gäller. Trådlösa hemmabiosystem, högtalare och hörlurar. Inga sladdar här inte. När det gäller TV kan vi slå fast att UHD/4K har slagit igenom. Alla leverantörer har 60-70 procent av sina produkter i UHD. Nästa år är det nog inte en fråga längre. Frågan är snarare om det kommer att bli fler än ett företag som lanserar OLED med sin otroliga svärta.

De andra begreppen att hålla reda på är HDR – High Dynamic Range – och Quantum Dot. Det senare är en nanoteknik för att ge LED-TV mycket mer ljus och skarpare färger. HDR är TV 2.0. Det vita är mycket vitare och färgerna är…mer! Och kontrasten blir… mer! På fotosidan är det också UHD/4K som gäller – actioncams som filmar i 4K!

Den tredje trenden är smarta hem. Jag har pratat om det tidigare, men nu slår det igenom brett. Du kan styra, mäta och kontrollera ditt hem endast med hjälp av mobilen. Det är nu det händer. Enkla, smarta och billiga lösningar kommer brett.

Bonustrenden är bilar. Nu kommer de smarta bilarna. Och då menar jag inte bara bilar som kör själva, utan på väg dit kommer bilar med sensorer som gör bilåkandet säkrare. Och även inne i bilen kommer skärmar och funktioner att bli smartare. ■

Fyra trender

Söndagen den 4 januari, klockan 14.00, hölls ”State of the Consumer Tech Industry and 2015 CES Trends to Watch” i Breakers Ballroom H på hotellet Mandalay Bay i Las Vegas – och i år talades det om fyra trender.

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

Dr. Shawn DuBravac, CFA, chief economist and senior director of research, CEA, startade i vanlig ordning igång CES, två dagar innan själva mässans dörrar öppnades, när han under en timme gick igenom årets trender under pressmötet ”State of the Consumer Tech Industry and 2015 CES Trends to Watch”. Han öppnade med att visa upp sin nya bok ”Digital Destiny – How the new age of data will transform the way we work, live and communicate”, som tagit tre år att skriva och som delades ut till alla närvarande journalister (undertecknad har inte hunnit läsa den ännu).

Trend 1: Digitization of our physical space

Den första trenden att hålla koll på kallar Shawn DuBravac för ”Digitization of our physical space” och det handlar om det som startade med Nintendo Wii (december 2006) och iPhone (juni 2007) – sensorer. Idag finns det sensorer överallt, i allt från från urinoarer till babybälten, och Shawn menar att det inte längre handlar om ”vad kan vi digitalisera” utan snarare ”vad kan vi erbjuda användarna”, och han nämnde ett exempel bestående av två armband och en babymonitor – där armbanden vibrerar varannan gång när barnet vaknar...

Prognosen för smarta klockor (ett tydligt exempel på ”Digitization of our physical space”) är 11 miljoner sålda 2015, och från små skärmar gick Shawn över till stora skärmar – försäljningen av 4K/UHD TV var i USA 77 000 år 2013, 1,3 miljoner 2014 (CEA trodde att det skulle säljas cirka 450 000 år 2014, så deras prognos överträffades alltså ordentligt) och prognosen för 2015 är 4 miljoner.

Trend 2: Permeation of logic

Den andra trenden är ”Permeation of logic”, vilket kan översättas till ”logikens genomträngning”, och här handlar det om ”if this then that” (vilket påminner undertecknad om programmering i programspråket Basic på ABC80 under 80-talet) där ett exempel är röststyrning, som blir allt vanligare – inte minst i bilar. Shawn DuBravac nämnde att ”Topp 10 biltillverkarna” är på plats på CES 2015, och det är första gången...

Denna andra trend hänger ihop med den första, och innebär bland annat att olika sorters sensorer samverkar, för att skapa saker som ”predictive customization” och ”redefined recommendation” i exempelvis sökmotorer, mjukvarutjänster som Netflix etcetera.

– I hemmet finns sensorer som till exempel termometer och webkamera, och vi har sensorer i våra smarta klockor och armband – och vad det handlar om nu och framöver är att få alla dessa sensorer att samverka på ett enkelt och logiskt sätt, så att till exempel en tjänst som Netflix kan ge användarna rekommendationer baserade på alla möjliga data. Om man sätter sig i TV-soffan ensam, det snöar ute, det är sent på kvällen och man är lugn (pulsen är låg) blir rekommendationerna annorlunda när man startar Netflix än vad de blir om hela familjen slår sig ner i soffan efter lunch en varm sommardag, säger Shawn DuBravac.

Shawn DuBravac, CEA, talade om fyra trender 2015.

Trend 3: The Internet of me

Trend nummer tre är ”The Internet of me”. Det finns 1,7 miljarder uppkopplade datorer idag, plus 2 mijarder uppkopplade smartphones. Inom en överskådlig framtid kommer det finnas 50 miljarder uppkopplade produkter, i form av sensorer, wearables etcetera, och detta kommer förändra upplevelsen av Internet.

– Förr hade alla samma internetupplevelse. Man gick till Yahoo eller liknande och fokus låg på att få besökaren att stanna på samma sida så länge som möjligt – det var väldigt lite personifiering. Framöver kommer det istället bli som så att Internet ger dig som användare små bitar av information, avsedda endast för dig, berättar Shawn DuBravac.

”Does it close the loop” var ett uttryck som återkom under pressmötet, och med det menas huruvida en produkt/tjänst på ett logiskt sätt går från analogt till digitalt och tillbaka till analogt igen – något analogt mäts, för att sedan digitaliseras och bearbetas, och sedan sluts cirkeln när det digitala återigen blir analogt och på något sätt påverkar vår vardag.

Trend 4: Fragmented innovation

Den fjärde trenden kallas ”Fragmented innovation” och Shawn DuBravac förklarade att efter tio års digitalisering med fokus på massmarknadsprodukter som fler än tre fjärdedelar av konsumenterna har tagit till sig (till exempel TV, datorer, smartphones etcetera) kommer det nu mer fokuseras på mångfald och fragmentering, och produkter som färre än en fjärdedel av konsumenterna kommer att ta till sig.

De fyra stora frågorna för 2015 är enligt Shawn DuBravac följande:

1. Vad skall vi digitalisera härnäst?
2. Hur hanterar vi uppkopplingen?
3. Var skall vi inbädda och nyttja sensorer?
4. Vad är användarscenariot? ■

Steve Koenig, CEA, talade om sju produktgrupper.

The Magnificent Seven

Direkt efter ”State of the Consumer Tech Industry and 2015 CES Trends to Watch” var det dags för ”State of the Global CE Industry” – Shawn klev ner från scen och Steve klev upp.

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

Steve Koenig, director, industry analysis, CEA, talade i en timme om den globala konsumentelektronikindustrin, och han började med att säga ”I am supremely cognizant that I stand between you and the products at CES Unveiled”, som en vink till de journalister som börjat skruva på sig i stolarna och förmodligen hellre än att lyssna på Steve, direkt ville kolla in alla nya produkter på ”minimässan” CES Unveiled som öppnar klockan fyra, efter de två entimmes presentationerna av CEA.

Dynamic Duo

Ifjol talades det om ”The Dynamic Duo” – smartphones och surfplattor, som då stod för 43 procent av försäljningsvärdet inom konsumentelektronik globalt (nu står de två produkterna för ungefär 46 procent).

I år dök termen ”The Magnificant Seven” upp (projektorn visade självfallet en bild från filmen The Magnificent Seven, en amerikansk westernfilm från 1960, tillika en nyinspelning av Akira Kurosawas film De sju samurajerna från 1954) som en metafor för de sju produktgrupperna smartphones, surfplattor, LCD TV, digitalkameror, bärbara datorer, stationära datorer och mobiltelefoner.

Dessa sju produkter står för 80 procent av den globala försäljningen av konsumentelektronik, men i västeuropa utgör de sju endast 64 procent av försäljningsvärdet – detta hänger samman med den fjärde trenden som Shawn DuBravac talade om precis innan Steve Koenig klev på scen, ”Fragmented innovation”, som handlar om det faktum att efter tio års digitalisering med fokus på massmarknadsprodukter som fler än tre fjärdedelar av konsumenterna har tagit till sig (till exempel TV, datorer, smartphones etcetera) kommer det nu mer fokuseras på mångfald och fragmentering, och produkter som färre än en fjärdedel av konsumenterna kommer att ta till sig. Detta gäller självklart mer i mogna marknader än tillväxtmarknader – vilket alltså återspeglas i försäljningssiffrorna.

Tillväxtmarknader

Steve Koenig berättade att det är tillväxtmarknaderna som gör att siffrorna fortsätter att stiga inom vissa produktområden – framförallt smartphones och surfplattor. Prognosen för 2015 är att det kommer säljas 1,5 miljarder smartphones (+19 procent) och 337 miljoner surfplattor (+20 procent).

Tittar man på den tredje skärmkategorin (efter smartphones som är nummer ett och surfplattor som är nummer två) TV är prognosen 251 miljoner TV-apparater för innevarande år. Och TV-apparaterna blir allt större – globalt är snittet nu 40 tum, medan det i mogna marknader är 43 tum och i tillväxtmarknader 37 tum.

Drygt 23 miljoner av dessa TV kommer vara 4K/UHD TV - och fler än hälften av alla 4K/UHD TV kommer säljas i Kina - alltså knappt 10 procent. Tittar man på böjda TV, eller curved, såldes det knappt en miljon curved TV 2014, och prognosen för 2015 är 3,4 miljoner curved – alltså drygt 1 procent. ■

Mionix grundare Peter Nygren - med den smarta musen Naos QG i handen - och företagets VD Carl Silbersky.

En smart mus

Svenska Mionix visade i samband med CES2015 upp Naos QG – en smart mus.

TEXT: OLA LARSSON, FOTO: STIAN SØNSTENG

I samband med CES anordnas tre ”minimässor” på kvällarna – CES Unveiled på söndagen, Digital Experience på måndagen och Showstoppers på tisdagen. Mionix har tidigare visat upp sina produkter på Showstoppers, där de ifjol lanserade sitt första headset för spelare Nash 20, men i år hade de istället hyrt en svit på hotellet Mirage – där de visade upp en smart mus, Naos QG.

Peter Nygren, som startade Mionix i Växjö 2007, berättar att Mionix i samband med utvecklingen av sin smarta mus drog igång ett projekt på Kickstarter (en amerikansk plattform som möjliggör projektfinansiering med hjälp av crowdfunding) och målet var att få ihop 100 000 dollar. När undertecknad träffade Mionix den 5 januari hade de fått ihop 72 000 dollar, och när projektet stängde på Kickstarter den 13 januari hade de fått ihop 107 000 dollar – målet överträffades alltså.

Den smarta musen, som har planerad försäljningsstart 15 september 2015, heter Naos QG, där QG står för Quantified Gaming. Musen har sensorer som mäter användarens puls samt galvanisk hudrespons, och den mäter också antal musklick per minut samt musens rörelse.

Peter Nygren berättar att Naos QG i första hand är en mus för spelare, men att de under utvecklingen fått mycket respons från ett antal olika områden (en fördel, annan är själva insamlandet av pengar, med att nyttja Kickstarter) som till exempel callcenter som kan mäta de anställdas stressnivåer via musen, och hänvisa inkommande samtal till de minst stressade personerna.

När det gäller spelande kan man på sin monitor lägga upp cirklar där man kan se såväl sin egen som sina medspelares puls (eller musklick - vad som också kallas actions). Och för spelare kan det vara en stor fördel att ha koll på sitt egna lag, genom att i realtid se vad som händer medspelarna via den insamlade datan.

Mätdatan som samlas in kan användas till vad som helst, eftersom Mionix valt att arbeta med ett öppet API (applikationsprogrammeringsgränssnitt) som också är gratis, vilket innebär att det är fritt fram för spelutvecklare och andra att använda datan för nya finesser och funktioner. ■

Peter Nygren, Mionix.

Att det var mycket folk på CES Unveiled i år syns av bilden ovan...

Minimässor i kvällarna tre

I samband med CES anordnas tre ”minimässor” på kvällarna – CES Unveiled på söndagen, Digital Experience på måndagen och Showstoppers på tisdagen. I år kändes de mer välbesökta än någonsin...

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

CES Unveiled arrangeras av den amerikanska branschorganisationen CEA (Consumer Electronics Association) och ungefär 100 utställare fanns på plats i hotellet Mandalay Bay på söndagen.

Digital Experience arrangeras av Pepcom och lockade i år med

Klas Elm fick telefon, på väg till CES Unveiled...

Företaget Vert visade en pryl som mäter hur högt man hoppar, 24,6”.

Peter Österman, Marshall, visade nya Major II.

Ivan Onuchin, IC Realtech, demonstrerade runtfilmande kameror.

drygt 200 utställare på hotellet Mirage på måndagen.

Showstoppers arrangeras av Showstoppers och hade cirka 150 utställare på plats i hotellet Wynn på tisdagen.

Svenskt ljud

På CES Unveiled - där det var som allra trängst - sprang vi på svenska Zound Industries och Peter Österman, Senior Audio Designer, visade upp nya hörlurarna Marshall Major II, som skiljer sig en hel del jämfört mot de ungefär fyra år gamla föregångarna Major – till exempel är själva högtalarelementen nya, lurarna är betydligt mer flexibla i designen och kuddarna går att ta bort och tvätta.

Runtfilmande kameror

En produkt som tilldrog sig mycket intresse på CES Unveiled visades upp av företaget IC Realtech – videokameror som filmar med ett upptagningsområde på 360 grader x 2 (en kamera filmar framåt och en bakåt) och en speciell mjukvara som innebär att man, till exempel i sin surfplatta, kan titta på en HD-video (720p) och om man vänder och vrider på surfplattan ser man det som man skulle sett om man varit där kameran är.

Ivan Onuchin, Senior Vice President of Software Engineering på IC Realtech berättade att varje kameraprodukt är försedd med två 13MP kameror som spelar in i 720p, och på CES Unveiled visade de upp tre olika kameraprodukter kallade Allie Play, Allie Home och Allie Pro.

Vattentätt ljud

På Digital Experience fanns drygt 200 företag representerade, och ett av dem var Fugoo, som sedan ett tag sålt en Bluetoothhögtalare - i tre olika designutföranden kallade Style, Sport och Tough - som har upp till 40 timmars batteritid, 360-graders ljud, sex inbyggda element (två 28mm diskanter, två 39mm mellanregister/bas samt två 43x54mm passiva slavbasar), inbyggd mikrofon för konferenssamtal, en vikt på ungefär 0,5kg samt måtten 5x17x7cm – och så är de vattentäta enligt IP67 (de skall klara en meter under ytan i en halvtimme).

I samband med CES lanserade de en större modell (med en vikt på cirka 1,5kg måtten 10x29x12cm) kallad Style XL, Sport XL och Tough XL. Precis som lillebror (undertecknads lillebror köpte för övrigt nyligen en Fugoo Style när han behövde en trådlös högtalare till sin ångbastu) är XL IP67-klassad, men den har åtta element istället för sex, och den anges kunna spela med ett ljudtryck på upp till 100dB jämfört med den mindre modellens 95dB (SPL-A vid 0,5m). Batteritiden anges vara upp till 35 timmar. Style XL och Sport XL flyter dessutom, om man skulle råka tappa dem i vattnet.

Portabel skrivare

På Showstoppers visade Primera upp Trio, som de kallar för världens minsta och lättaste allt-i-ett portabla bläckstråleskrivare. Produkten väger 1,27kg inklusive batteri och har måtten 29x4,6x16cm, och den kan skriva ut i färg på A4-papper samt scanna storlekar upp till 35x22cm (alltså något större än A4). ■

Bonnie Norris, Fugoo, med Style och nya Tough XL.

En kvinna med namnskylten vänd åt fel håll visade Primera Trio.

Daniel Canning, Sony, vid företagets 4K UHD TV X90C, som finns i 55" och 65" – under det 4,9mm tunna skalet finns 4K-processorn X1.

4K för 1K – och Android-TV

Sony lanserade på CES2015 bland "4K for 1K" och världens tunnaste TV – en 4K/UHD TV med Android och Hi-Res-kompatibla högtalare.

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

Efter söndagens två pressmöten (av branschorganisationen CEA) samt CES Unveiled är måndagen en pressdag där leverantörer anordnar pressmöten (i år 18 stycken) följt av minimässan Digital Experience på kvällen – och först på tisdagen öppnas dörrarna till mässhallarna på LVCC (Las Vegas Convention Center). Första mötet för Rateko var i år med Sony.

Vid presskonferensen under måndagen den 5 januari presenterade Kazuo Hirai, VD och koncernchef för Sony Corporation och Mike Fasulo, VD och COO för Sony Electronics (SEL) årets nyheter, och på tisdag morgon visade Daniel Canning, försäljningschef Sony Norge, runt i montern.

Kazuo Hirai berättade att Sony sålde 4,1 miljoner PlayStation 4 i julhandeln (mellan 23 november och 4 januari) och att de totalt nu har sålt 18,5 miljoner PS4, vilket innebär att det är den snabbast säljande spelplattformen någonsing. 11 miljoner användare har valt att abonnera på PlayStation Plus och sammanlagt har man sålt 82 miljoner spel till PS4.

– Jag gillar de siffrorna, sade Kazuo Hirai.

För ett år sedan presenterade Mike Fasulo på CES videokameran FDR-AX100E som "4K for 2K" i och med att det rörde sig om en 4K/UHD videokamera med en prislapp på 2 000 dollar. Ett tydligt tecken på utvecklingen inom konsumentelektronikbranschen är det faktum att Mike Fasulo i år på CES presenterade uppföljaren FDR-AXP33 (som är 30 procent mindre och 20 procent lättare än föregångaren, och dessutom den första 4K-videokameran med BOSS – Balanced Optical Steadyshot Stabilisering) som "4K for 1K" – den kostar alltså 1 000 dollar.

Daniel Canning berättade att Sony gått från 6-10 procents marknadsandel på TV i Norden de senaste åren, och på CES visade han upp Sonys nya TV-apparater. I år kommer de att lansera elva nya 4K Bravia LCD-TV inom tre serier, varav en endast är 4,9mm tunn på den tunna övre halvan – vilket innebär att den benämns "Världens tunnaste TV", och den är även världens första TV med Hi-Res-kompatibla högtalare.

Android

Flertalet av Sonys nya 4K- och Full HD TV har nu Googles senaste version av Android som operativsystem, vilket skall göra funktionaliteten mellan TV och smartphone enklare och bättre än någonsin. Sonys gränssnitt One-Flick Entertainment skall ge en unik användarupplevelse med intuitiva svepande rörelser via en touchpad för att komma åt innehåll.

När det gäller 4K lanseras en ny Action Cam, som anges ha tre gånger bättre bildstabilisering än tidigare, och när det gäller Hi-Res Audio kommer tio nya produkter inom olika kategorier. ■

Danny Tack, Philips/TP Vision, berättade om HDR och Nits.

HDR & Android Lollipop

Philips/TP Vision demonstrerade i samband med CES2015 sina nya TV – det talades om HDR och Android Lollipop.

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

Philips/TP Vision hade ingen monter på själva mässgolvet under CEs2015 utan bjöd istället in till en privat visning i ett rum på hotellet Venetian, precis som de gjorde ifjol.

Danny Tack, Director Product Strategy & Planning TP Vision, berättade att HDR (som var en av de saker det talades mycket om på CES i år) betyder mycket, både när det gäller källa och display. 4K/UHD är numer standard på de lite finare TV-apparaterna på marknaden (ungefär en tredjedel av Philips/TP Visions modeller är 4K/UHD i år, medan cirka 85 procent har Android som operativsystem - i princip alla utom de allra minsta och de som är ”hotell-TV”) och nästa steg för att förbättra upplevelsen för tittaren handlar inte om högre upplösning, utan om ett större dynamiskt omfång, HDR (som står för High Dynamic Range) och för att uppnå detta behövs mer ljus.

Danny Tack förklarade att årets TV-modeller - i det finare segmentet - från Philips/TP Vision har 700 Nits* ljusstyrka, medan de ifjol hade 450 Nits, och när man ökar ljus och kontrast så blir färgmättnaden oftast lägre, men i 86- och 90-serierna justeras detta, och när det gäller 90-serien har även local dimming förbättrats (från 144 zoner ifjol till 180 zoner i år).

När det gäller ljusstyrka så har sRGB-displaystandarden specificerat 80 Nits, Blu-raystandarden har 150 Nits och nya/kommande Dolby Vision har 1500 Nits.

* Nit är ett annat namn på cd/m2, alltså candela per kvadratmeter, och tros komma från det latinska ordet nitere, som betyder att lysa.

Kraftfull uppdatering

Philips nya Smart TV baseras på Androids nya operativsystem, Lollipop, som skapar ökade möjligheter för apputvecklare, då ett gemensamt utvecklarverktyg klarar alla enheter som TV, smartphones och surfplattor. Förutom snabbt växande Google Play Store finns även Philips Smart TV-plattform, med hyrfilmer, spel- och TV-tjänster tillgängligt i apparaterna.

Förutom de nyheter som finns i det uppgraderade operativsystemet har Philips TV 2015 ett nytt grafiskt gränssnitt som skall ta tillvara på det Androidanpassade TV-utbudet. Och självklart är även den nya generationen Philips TV kompatibel med både Android och iOS-baserade enheter.

– Genom att förena extremt bra bildkvalitet med vår unika Ambilighteknik och den kraftfulla Android-plattformen kan vi erbjuda en mycket sofistikerad lösning till våra kunder, säger Nico Vernieuwe, Chief Commercial Officer TP Vision.

Philips TV var först i Europa med Android-TV. ■

Maximilian Boit, Raumfeld, i en svit högt upp i Vdara hotell, där Raumfeld presenterade sina multiroom lösningar.

Vuxen design & vuxet ljud

Tyska Raumfeld demonstrerade i samband med CES2015 sina produkter i en svit i hotellet Vdara – och i vår lanseras de i Sverige.

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

Det tyska företaget Raumfeld, som fokuserar på digital musikåtergivning och multiroom lösningar, grundades 2008 och sedan 2010 ägs de av tyska Teufel - ett företag som sysslat med HI-Fi sedan starten 1979, och som anger att de är Europas #1 direktåterförsäljare av högtalare.

Maximilian Boit, Product Manager Raumfeld, berättade att Raumfeld lanserar sina produkter i Storbritannien och Norden nu, och i USA till sommaren, och han beskriver företagets högtalare som produkter med vuxen design och vuxet ljud.

Produkterna

Raumfeld fokuserar på stereo i första hand och har lanserat ett antal olika trådlösa stereohögtalare, med Wi-Fi, som alla ingår i företagets multiroom system. Produkterna styrs med hjälp av en egen app (för iOS och Android) och bland företagets partners finns såväl Spotify som WiMP.

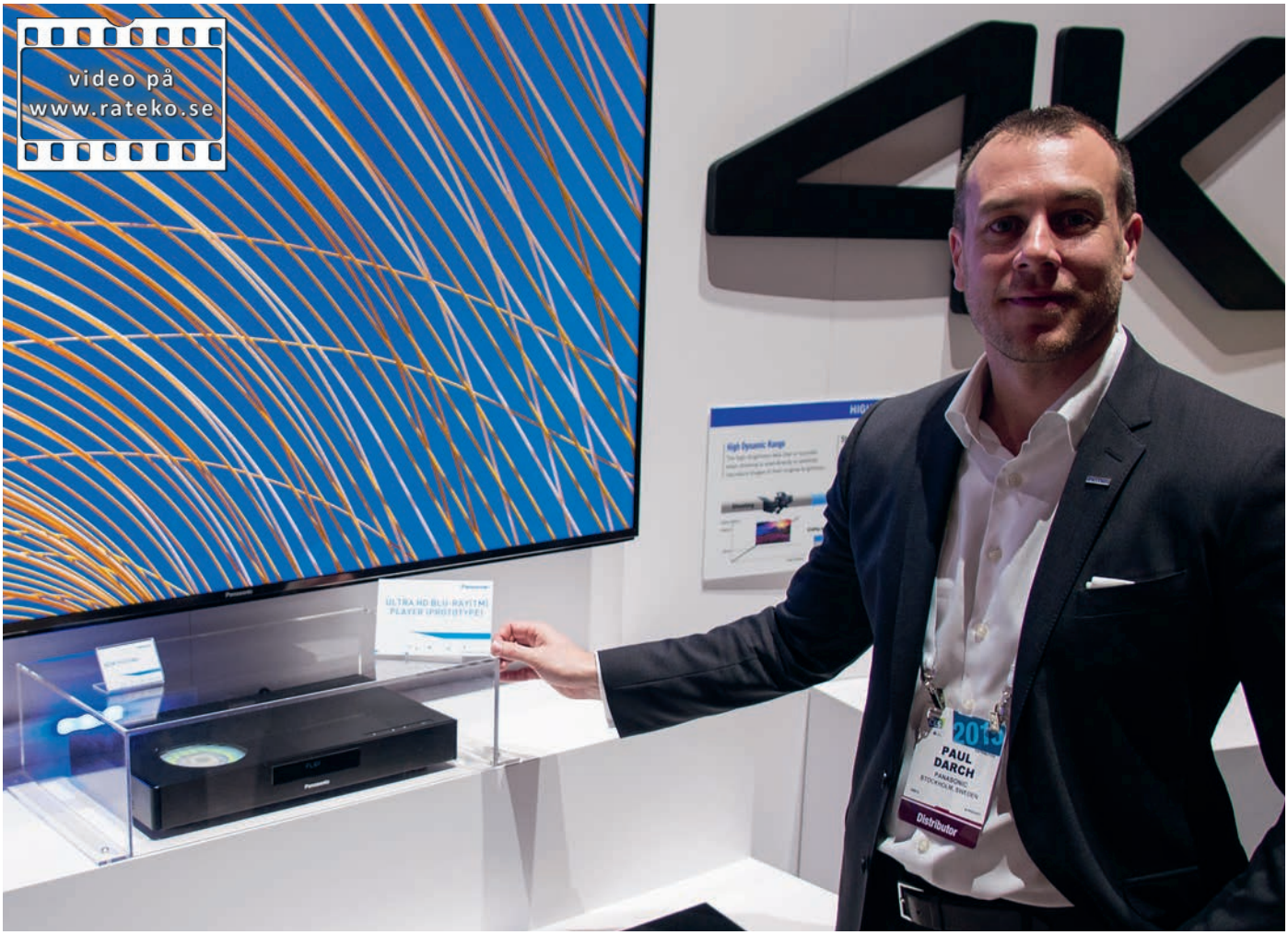
De största högtalarna kallas Stereo L (trevägs golvhögtalare med 1” diskant, 5” mellanregister och 7” bas samt inbyggd 400 W förstärkare) och de något mindre heter Stereo M (trevägs bokhyllehögtalare med 1” diskant, 4,5” mellanregister och 5,5” bas samt inbyggd 320 W förstärkare).

Den minsta modellen som säljs i par är Stereo Cubes (kubhögtalare med 19,5cm sida, 1” diskant och 5” mellanregister/bas samt inbyggd 160 W förstärkare).

One M är namnet på en allt-i-ett högtalare med direktvalsknappar för snabb access till radiokanaler eller spellistor, två 1” diskanter, två 2,5” mellanregister, en 5” bas samt inbyggd 120 W förstärkare, och den något mindre One S är en vattentålig modell (för exempelvis köks- och badrumsanvändning) med en 1” diskant, en 3,5” mellanregister/bas, två 4” slavbasar samt inbyggd 50 W förstärkare.

Raumfeld har också en soundbar och subwoofer i sortimentet, One Bar & Subwoofer, och där är ljudlimpan försedd med sex 3” fullregisterhögtalare samt 150 W förstärkare, medan baslådan har tre 5” baselement samt 250 W förstärkare.

Maximilian Boit berättade att de håller på att utveckla portabla produkter (alltså batteridrivna, trådlösa högtalare) och att när det gäller försäljningen fokuserar Raumfeld i första hand inte på retail, utan på direktförsäljning. ■



Paul Darch, Panasonic, i företagets monter på CES2015 – vid en fungerande prototyp på en 4K/UHD Blu-rayspelare.

Panasonics 4K-värld

Panasonics monter på CES2015 var indelad i olika områden, och i det där fokus låg på konsumentelektronik fanns företagets 4K-värld.

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

Paul Darch, Head of Marketing Panasonic Nordic, visade runt i montern och berättade att två tredjedelar av företagets TV 2015 kommer vara 4K/UHD Viera modeller, och flaggskeppet i CX850-serien (65-tummaren) som har local dimming anges ha ett färgomfång som motsvarar 98 procent av DCI-specifikationen – medan 55-tummaren i samma serie har 90 procent av DCI.

Modellerna i CX850-serien är liksom de i CX800- och CX650-serien försedda med Firefox operativsystem, genom Panasonics samarbete med Mozilla, och de kallas ”Life+Screen Smart TV” De har också något som kallas Xumo Guide, som ska möjliggöra snabb och enkel åtkomst av innehåll från multipla källor. CX850-serien har även ny röststyrning kallad Voice Assistant Pro, som är mer avancerad än den röststyrning som övriga serier har.

Paul Darch berättar att flaggskeppet Viera CX850 har ”Super Bright Panel” och ”Dynamic Range Remaster” för större ljustryck och ett bredare dynamiskt omfång, samt att betraktningsvinkeln är mycket imponerande.

Ljusstyrka & energi

När undertecknad frågade en tekniker i montern om hur det går med energiförbrukningen när man nu tillverkar paneler med högre ljusstyrka (en siffra som nämndes var 1 000 Nits, men det är oklart om det är ljusstyrkan i årets modeller eller i prototyper) var svaret att man med de nya panelerna antingen kan minska energiförbrukningen med 40 procent eller behålla samma energiförbrukning som förra generationens paneler men öka ljusstyrkan med 40 procent.

I Panasonics 4K-värld visades också sex 4K-videokameror upp, från Actionkameror till proffsmodeller.

I montern visade Panasonic upp en prototyp på världens första 4K/UHD Blu-rayspelare (se bild ovan och till vänster) som kunde spela upp 4K/UHD-material med HDR (High Dynamic Range), men lanseringsdatum är än så länge oklart.

4K/UHD Blu-rayspelaren spelade från en skiva upp material med 3 840 x 2 160 pixlar, 60 bilder per sekund, 10-bitars färg, HDR, Wide Color Gamut enligt standarden BT.2020 och nyttjade HEVC-komprimering (H.265) med en bitrate på 100 Mbps.

En annan prototyp som fanns i montern var en 65-tums curved OLED-TV, men inget lanseringsdatum var satt för den heller. ■

Christer Byfors, Woox Innovations, vid Philips 5.1-högtalarsystem Zenit CSS5530.

Philips en del av Gibson

Philips ljudprodukter blev för några år sedan Woox Innovations – nu har de blivit en del av Gibson Brands.

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

I år visades Philips ljudprodukter upp i Gibsontältet, mitt emot Las Vegas Convention Center, och anledningen till det är att Woox Innovations blivit en del av Gibson Brands.

Christer Byfors, ansvarig för Woox Innovations i Norden förklarar att Philips idag är tre fristående bolag, men att de samarbetar till exempel vad gäller menysystem och liknande, och att de sitter i samma byggnad i Kista – och de är ett varumärke utåt.

I och med att man nu är en del av Gibson Brands (under vars paraply det finns 23 varumärken, till exempel Onkyo, Teac och Cerwin-Vega) kommer företagets namn att under första halvåret 2015 ändras från Woox Innovations till Gibson Innovations.

Philips HTL7140B.

– Philips är ett tydligt audioföretag, och nu är vi del av ett musikföretag, vilket märks på det sätt att musiken nu är mer närvarande, berättar Christer Byfors.

I Gibson Brands tält fanns ett stort antal gitarrer, och en hel del andra produkter – bland annat Philips nya soundbar HTL7140B, som trots sina blygsamma 38mm i höjd och 54mm i djup skall ha stort ljud och 5.1-kanalsljud.

– När vi först började utveckla kategorin med soundbars så visste vi att en produkt med 5.1-kanalsljud skulle bli en helt avgörande produkt i vår produktportfölj. Det är därför vi är särskilt stolta över att få presentera HTL7140B, som vår första soundbar med 5.1-kanalsljud med Philips egenutvecklade Ambisound-teknik, säger Daniel Lindén, marknadschef på Woox Innovations i Sverige.

HTL7140B skall 5.1-kanalsupplevelse tack vare tre centrerade mellanregisterhögtalare med diskanter på varsin sida. En av mellanregisterhögtalarna fungerar som dedikerad centerhögtalare för optimal röståtergivelse. Till HTL7140B, som har NFC och Bluetooth och kommer börja säljas i maj, hör en trådlös 8-tums subwoofer, för kraftfullt basljud.

I maj lanseras också Philips Zenit cinema speakers som visades upp på CES2015. Det rör sig om 5.1-högtalarsystem med trådlösa bakhögtalare (CSS5530) och 3.1-högtalarsystem (CSS5330), sobert designade i trä och tyg alternativt aluminium och trä.

En produkt som syntes väl inne i tältet var Gibson Brands samarbete med Usain Bolt – en Bluetooth sporthörlur kallad Trainer by Gibson, som är utvecklad i samarbete med Usain Bolt och som bland annat en inbyggd LED-lampa för säkerhet. ■

Lyle Clark demonstrerade nya BeoSound Moment – i handen har han den löstagbara delen, med display på ena sidan och trä på andra.

B&O lanserar nytt koncept

Bang & Olufsen lanserade i samband med CES2015 BeoSound Moment, som ett intelligent musiksystem som matchar ditt humör.

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

Marie Kristine Schmidt, Vice President för Brand, Design och Marketing Bang & Olufsen, lovade att företaget skulle visa något radikalt och nytt, när de i en svit på hotell Venetian den 6 februari presenterade sin stora nyhet – BeoSound Moment.

Hon förklarade att mobilen är den primära musikkällan idag, och att ”one touch access” till musik inte längre finns i huset på samma sätt som tidigare. Man skulle kunna säga att musiken är gömd i molnet, och med BeoSound Moment skall företaget plocka fram den igen.

– Bang & Olufsen lanserade aldrig CD-spelare där skivorna gömdes, istället lanserade vi den bästa CD-spelaren som någonsin byggts, BeoSound 9000, sade Marie Kristine Schmidt.

BeoSound Moment lanseras som ett intelligent och intuitivt trådlöst musiksystem där hela din musiksamling och alla tjänster samlas på ett ställe – med vilken man kan uppleva världens första touchgränssnitt av trä, och njuta av att bara behöva en enda kontaktpunkt till en värld av musik.

Den övre delen av BeoSound Moment är ett borttagbart och dubbelsidigt gränssnitt, för två olika ljudupplevelser. Den ena sidan är ett aluminiumgränssnitt med en pekskärm för en engagerad användarupplevelse, varifrån man kan dela sin musiksamling, välja sina favoritspellistor och bläddra bland låtar online. Där finns också en funktion kallad MoodWheel – när man rör den färgfyllda MoodWheel-cirkeln aktiveras en spellista som genereras automatiskt utifrån fingrets position i cirkeln. Ju närmare cirkelns mitt, desto mer välbekant musik.

Gränssnittets träsida är utformad för att ge direkt åtkomst till exakt den ljudupplevelse som överensstämmer med användarens dygnsrytm, anger Bang & Olufsen, och berättar att med en enda tryckning på cirkeln i panelen av tryckkänsligt ekträ, kan man låta sin favoritmusik flöda ur högtalarna.

PatternPlay

Lyle Clark, Senior Manager of User Experiences Bang & Olufsen, förklarar att BeoSound Moment innehåller en ny, intelligent funktion som anpassar användarens lyssningsmönster och föreslår musik eller radioprogram för den aktuella veckodagen eller tidpunkten. PatternPlay memorerar musikval automatiskt och kombinerar sedan bekant musik med nya upplevelser.

Den musik som PatternPlay presenterar sammanställs utifrån egna favoritlistor och en onlinekatalog som innehåller fler än 35 miljoner låtar och levereras av musik streamingtjänsten Deezer.

BeoSound Moment är kompatibel med alla trådlösa och fast anslutna Bang & Olufsen-högtalare. ■

Susanne Persson med LG G Flex 2.

Christian Nilsson vid några av företagets många UHD TV.

Det bredaste utbudet

LG lanserade på CES2015 sju OLED TV, en Quantum Dot LCD TV och 20 LCD TV, samtliga 4K/UHD TV – och anger att man har det bredaste TV-utbudet på marknaden.

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

Det talades mycket om Nits, Wide Color Gamut och HDR på CES i år, men LG var i princip den enda leverantör som talade om OLED, vilket inte är så konstigt eftersom LG är den enda leverantör som tillverkar och säljer OLED, åtminstone om man menar i någon större volym – ifjol sålde de 100 000 OLED TV och i år kommer man sälja fyra gånger fler.

Christian Nilsson på LG förklarar att LG har det bredaste utbudet idag, med såväl vanliga LCD TV som modeller med Wide Color Gamut (vilket betyder ungefär 20 procent större färgrymd) och med Quantum Dot (som innebär ungefär 30 procent större färgrymd) – och så har man OLED TV.

– Bildkvalitet är inte bara en parameter. TV är som en tiokampare och måste vara bra på alla parametrar. OLED har till exempel mycket bra betraktingsvinkel och överlägsen svärta, vilket innebär att det inte behövs lika mycket ljusstyrka. Om inte svärtan är perfekt blir inte färgerna bra heller, säger Christian Nilsson.

Framtiden ser mörk ut

I år lanserar LG sju OLED-modeller i storlekarna 55, 65 och 77 tum, alla med 4K/UHD-paneler, och konsumenter kan välja mellan böjd eller platt design. Flaggskeppet är den 77 tum stora EG990V som är flexibel och kan växla mellan böjd och platt med ett knapptryck på fjärrkontrollen.

– Vi är oerhört stolta över vår OLED-teknik med sin revolutionerande bildkvalitet och perfekta svärta. LG:s stora satsning på OLED har gjort det möjligt att optimera produktionstekniken, vilket har lett till att priserna sjunkit med nästan 80 procent sedan vi lanserade vår första modell i slutet av 2013. Detta, tillsammans med vårt breda och varierade utbud av OLED-modeller, gör att den här fantastiska TV-tekniken nu blir tillgänglig för fler. Som vi säger i vår marknadskampanj – Framtiden ser mörk ut, säger Erik Åhsgren på LG.

LG lanserar i år sin första UHD TV med Quantum Dot-teknik (kvantpunkter), vilket är en förbättring av LCD-tekniken. LG har lagt en Quantum Dot-film med nanokristaller framför bakgrundsbelysningen på en LCD-skärm, vilket gör att både färgåtergivning och ljusstyrka förbättras. De 2-10 nanometer små kvantpunkterna skall göra att färgrymden ökar med över 30 procent jämfört med en vanlig LCD-skärm.

– För sex, sju år sedan satt vi i baksätet i bilen. För två år sedan hoppade vi fram till passagerarsätet. Nu kör vi bilen, sade Christian Nilsson, som en metafor för LG och TV.

– Vi på LG är oerhört stolta över att sitta i förarsätet när det gäller TV-utveckling. I år kan vi erbjuda marknadens mest varierade utbud av UHD TV från 40 till 105 tum från 4K upp till 8K, säger Erik Åhsgren.

För de med lite större vardagsrum lanserar LG 105-tummaren LG UC9 med 21:9-format och 5K-upplösning, och dessutom introducerar de en 98-tums 8K-TV, som erbjuder 16 gånger så hög upplösning som Full HD.

Uppdaterat webOS & Flex G2

På CES2015 visade LG upp en rad nya Smart TV-modeller med en uppdaterad version av webOS, med nya funktioner, snabbare laddningstider och enklare användning.

– Vårt mål är göra Smart TV så enkelt och intuitivt som möjligt att använda. Det har vi lyckats med i vårt webOS, vilket visar sig både i våra fantastiska försäljningssiffror och i den positiva feedbacken från konsumenter och branschpress. I år gör vi våra Smart TV ännu bättre med nya funktioner och tjänster, säger Lorraine Bayram på LG.

LG följer upp höstens lansering av de trådlösa nätverkshögtalarna i Music Flow-serien med fyra nya multiroom-modeller som visades upp på CES2015 – en portabel högtalare, en CD-spelare samt två nya soundbars.

Susanne Persson, LG, visade på CES2015 upp uppföljaren till LG G Flex (som var den första mobilen på den nordiska marknaden med en böjd skärm och ett självläkande bakstycke) och modellen som kallas G Flex 2 har förbättrats på många sätt. Den har 5,5-tums Full HD skärm (istället för 6-tums HD-skärm), är mindre till formatet och har förbättrad kamera (13MP med laserautofokus och optisk bildstabilisering) samt åttakärnig Snapdragon 810-processor. ■

Magnus Nilsson i Samsungs monter på CES2015 – vid SUHD TV-apparaterna, där ljuset varierade mycket (vid fototillfället var det väldigt blått).

SUHD – för HDR-återgivning

Samsung visade på CES2015 upp sina SUHD TV, som de menar sätter en ny standard för förstklassiskt TV-tittande.

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

Samsung menar att 2014 var året då TV:n blev välvd, multiroomhögtalarna tog över det trådlösa ljudet och Smart TV blev en självklar del av vår TV-upplevelse – och att 2015 blir året då Samsung sätter en ny standard för förstklassigt TV-tittande. Med en miljövänligare nanokristallteknik och en smartare bildmotor anger Samsung att man med SUHD uppnår banbrytande framsteg för TV-skärmen.

Samsung anger att SUHD analyserar bildernas ljushet för att minimera onödig energiförbrukning samtidigt som den ger tydligare kontraster, och på så sätt blir svarta färger svartare och ljusstyrkan ljusare – och Samsung SUHD kan erbjuda tittaren upp till 64 gånger mer färguttryck än en konventionell TV.

Magnus Nilsson berättar att med Quantum Dot teknologi i form av ett nanokristallager har SUHD 30 procent mer ljusgenomsläpp än tidigare och 2,5 gånger mer ljus output – 1 000 Nits. I toppmodellen JS9505 finns tre gånger fler local dimming zoner än tidigare, vilket innebär tre gånger mer svärta. Och med 10-bitars paneler skall det bli fyra gånger bättre nyansbeskrivning.

SUHD TV-apparaterna bygger som alla Samsungs TV-modeller från 2015 på det Linux-baserade operativsystemet Tizen, och skall vara smarta nog att kunna skala upp innehåll från både HD och Full HD till 4K/UHD-upplösning. Samsungs nya SUHD släpps i tre modeller – JS9505, JS9005 & JS8505 i storlekar från 48-88 tum, där alla har välvd design, de är alltså curved.

När det gäller energiförbrukningen på dessa ljusstarkare TV svarar Samsung att SUHD har innovativa paneler med samma energiförbrukning som fjolårets paneler, trots det faktum att ljusstyrkan är 1,5-2,5 gånger högre, vilket beror på förbättringar i panelstrukturen i kombination med Samsungs proprietära algoritmer.

Förenklad navigering, avskalat gränssnitt, integrerad underhållning som spel och film, samt fler möjligheter – det är de stora nyheterna i de nya Smart TV-apparaterna med Tizen operativsystem, anger Samsung, och förklarar att en stor skillnad jämfört med tidigare är att Smart Hub nu visas på en enda sida.

Soundbars & multiroom

Samsung utökar sin satsning inom trådlöst ljud med lanseringen av två nya multiroomhögtalare, stationära WAM7500 och portabla WAM6500, som sprider ljudet 360 grader för att fylla hela rummet med balanserat ljud.

Samsung lanserar också en ny serie curved soundbars kallade 6000, 6500 och 8500 – och de matchar formen på curved TV i storlekarna 45-78 tum, för ett enhetligt intryck i vardagsrummet.

– Soundbars och multiroom är de två ljudkategorier som ökar, och där fokuserar Samsung, säger Magnus Nilsson. ■

Stabil uppdatering

Olympus har lanserat OM-D E-M5 Mark II, som ett sofistikerat verktyg för den kreativa, spontana fotografen och videofilmaren – kompakt, lättarbetad, väderskyddad och med marknadens mest kraftfulla bildstabilisering som kompenserar upp till fem slutarsteg, oavsett situation ger den skarpa bilder i upp till 40 megapixel.

TEXT & FOTO: OLA LARSSON

Olympus kallar nya OM-D E-M5 Mark II en game changer, och menar att ”världens mest stabila kamera” är en bra beteckning på kameran. Det inbyggda, vidareutvecklade 5-axliga bildstabiliseringssystemet eliminerar skakoskärpa i fem plan. Stabiliseringen anges motsvara hela fem slutarsteg och arbetar effektivt, oavsett objektiv, vilket iwnnebär att man även i lågt ljus och med teleobjektiv skall kunna ta skarpa bilder och video med handhållen kamera. En annan fördel med Olympus 5-axliga bildstabilisering är möjligheten att ta högupplösta bilder, eftersom bildstabiliseringssystemet flyttar kamerans 16 megapixel Live Mos sensor blixtsnabbt i sid- och höjdled. Åtta bilder sätts samman till en bild med en upplösning på 40 megapixel.

Kameran kan spela in video med en bitrate på upp till 77 megabit per sekund och klarar inspelning av film i 1080 Full HD med bildfrekvens 60, 50, 30, 25 och 24 bilder per sekund.

Sökaren har hela 2,36 miljoner bildpunkter och slås automatiskt på när man sätter ögat till den – och kameran har också en vinklingsbar pekskärm. Atofokusen, med 81 mätzoner, anges vara mycket snabb och skall ha mycket bra funktionalitet även i svagt ljus och vid följefokus (tracking AF).

Man kan med OM-D E-M5 Mark II ta seriebilder med en hastighet på upp till 10 bilder per sekund och med inbyggd WiFi parkopplar man snabbt kameran med sin smartmobil. Man kan fjärrstyra kameran, geotagga och dela sina bilder på sociala medier med gratisappen Olympus OI.Share.

Fyra faktorer

Traditionellt talar man om tre faktorer för bildkvalitet; sensor, objektiv och processor – men Olympus menar att man nu introducerar en fjärde faktor – bildstabilisetingen, som i nya OM-D E-M5 Mark II anges kompensera upp till fem slutarsteg. Man kan, enligt Olympus, med OM-D E-M5 Mark II ta bilder utan stativ med en exponeringstid på en sekund, och målet för Olympus utvecklingsavdelning är att man skall kunna ta bilder med en exponeringstid på fem sekunder på frihand.

Olympus berättar i samband med lanseringen av OM-D E-M5 Mark II att det numer inte räcker att lansera en ny modell, utan det är viktigt att ge marknaden skräddarsydda produkter, och OM-D E-M5 Mark II vänder sig mot fotoentusiaster, såväl män som kvinnor, över 30.

Nya OM-D E-M5 Mark II är, precis som E-M1, damm-, vatten- och fryssäker. Det finns en mikrofoningång på kameran, och det finns ett tillbehör i form av en bottenplatta man kopplar på kameran, som ger användaran ett hörlursuttag samt möjlighet att haka på batterigrepp.

Niklas Molin är sedan 14 januari försäljningsansvarig på Olympus Sverige och N

Femte Pro-objektivet på gång

Olympus M.Zuiko Digital Pro-serie objektiv består idag av de två objektiven 12-40mm F2.8 Pro och 40-150mm F2.8 Pro, och tre

orge. Niklas kommer från dataspelsbranschen, där han senast arbetade på nordens största distributör Pan Vision.

nya Pro-objektiv är på gång. Lagom till sommaren är det dags för marknadens ljusstarkaste fisheye M.Zuiko Digital 8mm F1.8 Pro – en fast lins med brännvidd motsvarande 16mm. Supertele-objektivet M.Zuiko Digital 300mm F4 Pro (motsvarande 600mm) är på gång och M.Zuiko Digital 7-14mm F2.8 Pro dyker upp till sommaren.

Olympus lanserar nu en uppgradering av firmware till den prisbelönta OM-D E-M1, firmware 3.0. Två nya funktioner lanseras, varav den ena är seriefotografering med 9bps (C-AF). Den andra gör kameran kompatibel med den senaste versionen av OI.Share vilket innebär att man kan använda Live View under videoinspelning via WiFi ansluten till smartphone.

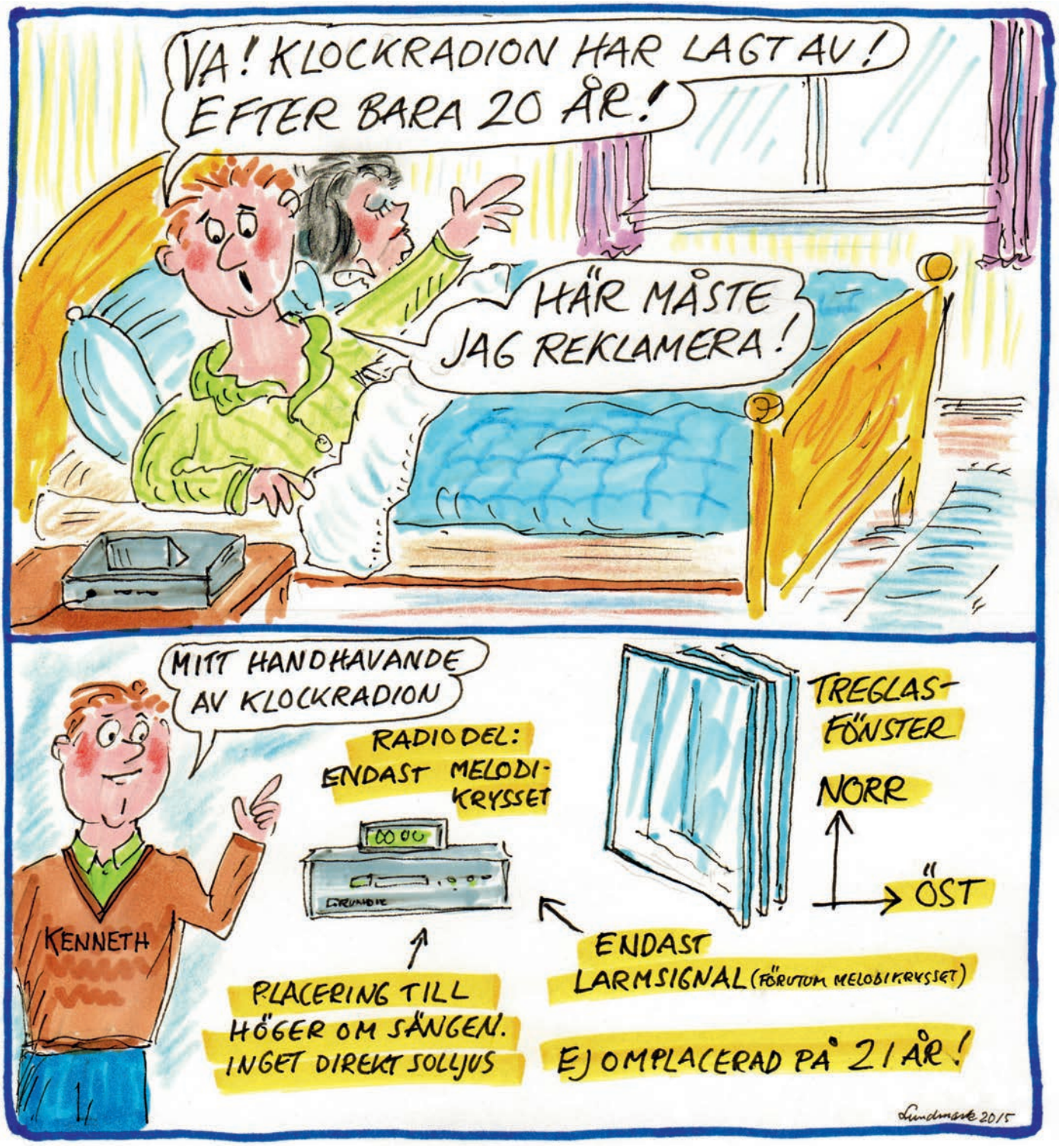
Uppgraderingen är tillgänglig från den 24 februari via Olympus Digitalkamera Updater. ■

Reklamation efter 20 år

För en tid sedan hörde jag en mycket intressant historia om hur ett av våra leverantörsföretag behandlade en kund i ett garantiärende. Det var en mycket rolig och läsvärd konversation som jag inte vill undanhålla Ratekos läsare.

TEXT: JAN LJUHS
ILLUSTRATION: ANDERS LUNDMARK

Här kommer hela historien, som startar med ett mail den 17 december 2002:



Bäste Claes

Jag tillskriver dig i egenskap av inköp av en klockradio 1982 som fungerat alldeles utmärkt till och med 2002 då den helt slutade fungera. Jag förutsätter givetvis att garantin fortfarande gäller, ty en klockradio skall väl fungera i minst 50 år?

Jag har talat med er Norrlandsrepresentant Kurt Olsson, som framhärdar att garantin inte gäller, vilket jag ser som ett tecken på att han försöker dra sig undan. Jag har även vidtalat Håkan Rönnlund på Thylins Radio i Skellefteå, som sålt apparaten till mig och som också försökt dra sig undan sitt ansvar.

Jag har påpekat för Olsson och Rönnlund att jag är personligen bekant med Sverker Olofsson i konsumentprogrammet PLUS och har för avsikt att ta kontakt med honom. Hoppas att du med kraft kan ta tag i detta solklara garantiärende.

Mvh
Kenneth

Bäste Kenneth!

Tack för att du hör av dig i detta ärende.

Vi har under många år varit en framstående leverantör av klockradio. Denna varugrupp är mycket viktig för oss och vi vill alltid se att våra ”klockradiokunder” är nöjda med sin produkt.

Att förvänta sig att en produkt ska hålla i 50 år är inte helt orimligt, allt beroende på hur produkten har hanterats. Därför vill jag ställa några enkla frågor gällande Ert handhavande av produkten:

1. Har klockradion varit placerad intill en säng?
2. Har rummet fönster?
3. Om svaret är JA på fråga 2, i vilket väderstreck är fönstret i förhållande till klockradions placering?
4. Har klockradion alarmfunktion som använts frekvent?
5. Om svaret är JA på fråga 4, har radion eller ”signal” använts som väckare?

Avslutningsvis vill jag fråga om Ni i huset har konkurrerande märken av klockradio eller om hela beståndet består av vårt märke?

Jag hoppas Ni har förståelse för att vi måse göra grundliga utredningaar innan vi beslutar om vilka åtgärder vi måste göra.

Med förhoppning om en lyckad lösning i ärendet.
Vänlig hälsning
Claes Stenfeldt

Bäste Claes!

Jag har tagit del av ditt brev och respekterar att du har vissa frågor rörande handhavandet av er produkt. Jag vill besvara dina frågor enligt följande:

1. Klockradion har alltid, så när som på en period av cirka 1 vecka under tapetseringsarbeten, varit placerad på höger sida vid dubbelsäng. Generellt kan sägas att den stått där de senaste 21 åren.
2. Ja, rummet har 2 fönster (3-glas).
3. Vädersstrecken på fönstren är nord respektive öst och klockradion står något närmare fönstren mot öst.
4. Klockradions alarmfunktion har använts frekvent företrädesvis på morgonen. Ingen alarmsignal har använts i okynne utan endast vid så kallat ”skarpt läge”.
5. Uteslutande har alarmsignalen använts och radiodelen endast på lördagar i samband med ”Melodikrysset”.

Som svar på om vi har några konkurrerande märken av klockradio i vårt hem vill jag göra Herr Stenfeldt uppmärksam på att vi är en kvalitetsmedveten familj och svaret är NEJ.

Hoppas svaren på dessa frågor underlättar ert omfattande utredningsarbete.

En snabb hantering av ärendet skulle uppskattas så att vi får saken ur världen.

Garantianspråken från vår sida kvarstår givetvis.
Mvh
Kenneth

Bäste Kenneth

Det gläder mig att Ni håller Er till det tyska kvalitetsmärket Grundig.

Era svar tyder på att produkten inte utsatts för någon ”onaturlig” hantering.

Klockan har varit placerad på ett korrekt sätt, bredvid sängen. Dessutom måste jag ge Er en eloge för att Ni flyttade klockan vid tapetseringen.

Med tanke på fönsterpaceringen så har solen uppenbarligen inte lyst på produkten så att den kunnat ta skada.

Att produkten använts frekvent tyder på att uttorkningen inte skett på grund av stillestånd.

Melodikrysset är ett bra och vilsamt program som behandlar klockradion på ett varsamt sätt. Rock och Pop kan ha skadliga följder på vitala delar i klockradion.

Bedömning i ärendet:

Ni har med stort ansvar vårdat Er klockradio på ett mycket exemplariskt sätt. Jag vill att ni kontaktar Håkan Rönnlund på Thylins Radio där Ni utkvitterar en motsvarande produkt av årets Grundigmodell. Håkan kommer att bli kontaktad av vår representant i Norrland, Kurt Olsson, som ser till att vi löser de ekonomiska bitarna.

Med förhoppning att Ni blir nöjd med Er nya Grundig klockradio och att den ska fungera i minst 50 år.

God Jul och Gott Nytt År
Claes Stenfeldt

Bäste Claes

Jag ber att få tacka Dig och Din garantiavdelning för ett korrekt bemötande med anledning av mitt garantiärende rörande klockradio.

Jag förstår att detta tagit stora resurser från företaget under utredningen. Jag känner en eufori idag, innan provkörning av den nyss avhämtade ersättningsprodukten.

Jag kommer att förutom testkörning på Melodikrysset även att köra Svensktoppen och lovar att vårda denna kvalitetsprodukt efter bästa förmåga.

Det känns skönt att det hela löste sig på bästa sätt, ty det har varit en tung och psykiskt påfrestaande tid innan Er garantibedömning kom.

Nu leker livet igen...
God Jul och Gott Nytt År!
Kenneth Burlin ■

Integritet är en framtida lyx som enbart de rika har råd med, spår Per Appelquist, Spelplanen.

Den stora migrationen – Slaget om online-kunderna

När Spelplanen arrangeras för tolfte gången handlar heldagen mycket om det som man pratat om de tidigare åren. För det är nu den stora migrationen inträffar där TV-tittandet går allt mer online på det linjäras bekostnad. Netflix har skakat marknaden och tittarna vill ha valfrihet på hur och när de ska titta.

TEXT & FOTO: MATS LUNDGREN

I början av veckan lanserades Plejmo, det sammanslagna Film2home och Headweb, med ambition att erbjuda Sveriges största filmutbud av ny och äldre film. Och samma dag aviseras också Vionel, en ny svensk tjänst för film och TV-serier. En lukrativ tillväxtmarknad drar till sig nya aktörer och varken Netflix eller HBO kan längre räkna med att ensamma få ha tillgång till de svenska hushållens TV-utbud.

Helt klart så rusar tillväxten för streamingmarknaden på samma sätt som DVD/Blu-rayförsäljningen avstannar. Därför är intresset extra högt denna gång för vad de olika talarna i Spelplanens heldagsseminarium har att säga. Som vanligt träffas representanter för de viktigaste aktörerna på Rival i Stockholm, första torsdagen i februari.

Det som är ovanligt är att slaget om onlinekunderna aldrig tidigare varit så hårt som denna gång då Spelplanen hålls. Som arrangörerna påpekar pågår just nu den stora migrationen från linjär sändning till online. Om det betyder att managerade nät helt kommer att försvinna är en av frågorna som ska besvaras under dagen.

Ett tecken i tiden är att gamla traditionella förlag idag uteslutande betraktar sig som mediehus där digitala tjänster med fokus på OTT har blivit kärnverksamhet och att trycka tidningar är något olönsamt som är på väg att försvinna, OTT står för Over The Top – olika former av tilläggstjänster som exempelvis video via Internet utan att en operatör är inblandad.

Ny moderator efter förra årets Katarina Hultling är journalisten, före detta Moderaten och Handelsministern, Maria Borelius.

Integriteten blir en lyx för några få

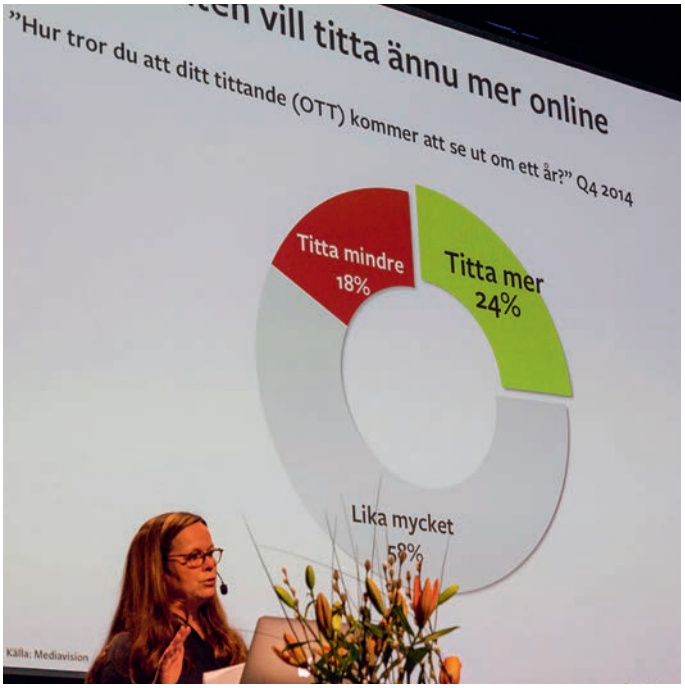
Inledningstalaren Per Appelquist ger en överblick av hur tittande för både online/OTT och linjärt ser ut idag. I höstas nådde tittande sammantaget på olika plattformar all-time-high med 4 timmar per person och dag. Av totalen har YouTube 25 procent av kakan vilket alltså ger en tydlig bild av onlinetittandets tyngd. I sammanhanget noterar Per Appelquist att de svenska mediehusen totalt sett tappar tittare till de amerikanska jättarna.

Det som först drabbade print, och sen skivbranschen, det händer nu med TV. Den affärsmodell som egentligen hela mediebranschen lever på är paketering. Det är så man bygger upp en TV-kanal, ett betal-TV-paket, det är så man säljer visningsrätter och det är så man sålt tidningar.

– Den affärsmodellen håller på att tappa greppet och vi är nu inne i en process av ”un-bundling”, där man inte stoppar några godbitar i en påse med skorpor som den enda kombination konsumenterna kan välja på. Idag bryr sig tittaren inte om hur eller vem innehållet kommer ifrån. Man vill ha en enkel lösning som fungerar där man för tillfället befinner sig.

– Men vi är inte där idag. Det som en gång kabel-TV löste för hushållen, väntar vi ännu på hos OTT, en slags ”adapter”.

Internet kommer att slå ut alla andra distributionsformer. Internet har blivit lika självklart som elektricitet. Media framöver kommer att handla om att anpassa tjänsterna efter personliga profiler, och sådant kräver insyn i våra liv.


vill titta ännu mer online
"Hur tror du att ditt tittande (OTT) kommer att se ut om ett år?" Q4 2014
Titta mindre 18%
Titta mer 24%
Lika mycket
Källa: Mediavision

Inte nog med att Netflix har ändrat konsumenternas TV-tittande, nu tyder undersökningar på att tittandet dessutom kommer att öka, säger Marie Nilsson, Mediavision.

– Den som vet mest och kan tolka bäst, blir en vinnare. Den enskilde har tyvärr inte mycket att sätta emot.

Per Appelqvist målar här upp en dyster bild av hur den personliga integriteten i stort upphör då man förlorar kontrollen över det digitala spår man alltmer lämnar efter sig.

– Integriteten blir en lyx, inte rättighet, något som några rika kan ha råd med men som de flesta av oss har vant sig med att leva utan. Det blir samtidigt accepterat att man kommer att göra bort sig ibland. Det är inte mycket man kan göra om väggarna som skyddar är av papper, säger han.

Det blir allt färre stora utländska aktörer som tar över internet. Hur kan då våra små och lokala aktörer försvara sina positioner?

– Sport är ännu något att luta sig emot, funkar bäst i direktsändning och är bäst på att hålla kvar tittare i traditionella abonnemang. Men även här kan vi komma att se en förskjutning till onlineerbjudanden, säger Per Appelqvist.

Netflix fortfarande Game changer

Marie Nilsson, Mediavision, påpekar att de stora förändringarna som skett de senaste fem åren har aldrig varit så tydliga som nu. Onlinekonsumtionen ritar om vårt TV-landskap.

Det finns flera faktorer som har lett fram till att planeterna står helt rätt idag; bredbandsutbyggnaden, iPadlanseringen oktober 2010 och Netflix oktober 2012.

– Visst, det är ett slitet uttryck, men det helt avgörande momentet var Netflix inträde på den svenska marknaden, det blev en game changer.

Ändringen på marknaden sker nu väldigt fort. Före årets slut är online i paritet med linjära sändningar. I åldersgruppen 15-54 skulle vi inte bli förvånade ifall räckvidden ligger nära 50 procent. Och det ska då jämföras med broadcasts räckvidd i samma grupp som ligger på 57-58 procent.

En normaldag så tittar 2,3 miljoner på online-TV och de gör det i hela 75 minuter. Fortfarande är YouTube i överlägsen ledning. Och det är en oerhörd styrka att kunna locka 1,5 miljoner tittare varje dag, och pengarna följer alltid konsumenten. Men Netflix finns här också och stöter framåt genom att ha vuxit 30 procent årligen de senaste åren.

Com Hems introduktion av Tivo har medfört att den femtedel av kunderna som nappat på erbjudandet även köpt ett större innehållspaket, förklarar vd Anders Nilsson.

Hur ser då TV-marknaden ut om fem år?

– Vi har haft så fel i våra gissningar tidigare, att det mesta talar för att det kan upprepas. Men det vi såg 15/10 2012 kan mycket väl betraktas som en så kallad tipping point. Netflix ändrade förutsättningarna för en hel industrin och hade nära hälften av den svenska SVOD-marknaden redan Q4 2014.

SVOD står för Subscription video on demand och före Netflix lansering fanns cirka 200 000 SVOD-hushåll i Sverige. Nu efter två år har antalet vuxit till 1 miljon. Och vi tror på ytterligare 400 000 hushåll under 2015. Det skulle innebära en penetration på 35 procent, i värde betyder det cirka två miljarder.

– Det är här marknaden växer och det är här den största påverkan finns på de traditionella aktörerna, påpekar hon.

Vad Marie Nilsson noterar är att SVOD-marknaden ser allt fler aktörer ta sig in och konsumenterna vet tydligare vad de vill. Hon redovisar de tre viktigaste svaren på den konsumentundersökning man gjort, angående vad tittarna vill ha när man prenumererar på en SVOD-tjänst. Hon börjar bakifrån:

3/ användarvänlighet, det måste vara enkelt att komma åt innehållet.

2/ tjänsterna ska vara prisvärda, konsumenterna uppvisar stor priskänslighet.

1/ innehållet, naturligtvis. Tittarna vill ha amerikanska TV-serier och stora sportevenemang.

Enkelt, billigt och bra är dock svårt att göra. Slutsatsen Marie Nilsson drar är att innehållet blir avgörande för framgång, något som också Netflix verkar ha gjort. Företaget producerar nu egna TV-serier och har i år tre gånger större budget än 2014.

Vägen fram

Marie Nilssons slutsatser är att Sverige är en gynnsam marknad för SVOD, där Netflix globalt vuxit med 30 procent förra året är tillväxten i Sverige hela 56 procent samma period. Idag har man 50 procent av svenska SVOD-marknaden. Hon tycker att man kan tala om en tredje onlinevåg, där nu aktörer som Bonnier, Plejmo etcetera kommer att växa.

Fokusområdena 2015 blir att på djupet förstå konsumenternas önskningar även om de inte är artikulerade.

Framtiden är 4K-sändningar, menar Stephan Heimbecher från Sky Deutschland. Här syns han på scenen under Spelplanen tillsammans med moderatorn Maria Borelius.

– Det är viktigt att mejsla ut lokala alternativ till dagens utbud, att bli mer svensk i Sverige. Dessutom att utveckla teknik och användarupplevelsen. Netflix sätter idag standard på vad konsumenten vänjer sig vid, säger Marie Nilsson.

Sitter på första raden

Anders Nilsson, vd Com Hem, förklarar att det som nu händer med OTT är precis det som musikindustrin under flera år och stora vändor transformerats med. Han tar svenska räknemaskintillverkaren Facit som ett varnande exempel på hur man inte ska möta konkurrens. Det internationellt framgångsrika företaget togs på sängen av japanernas uppfinning miniräknaren och satsade på produktutveckling av sina mekaniska enheter istället för att möta japanerna med sin egen teknik. Netflix motsvarar miniräknaren på broadcastmarknaren.

– Vi har mött detta med att öka hastigheten i vårt bredband för 1,7 miljoner hushåll. Och vad Com Hem mer gjort i OTT-världen är att förra året introducera Tivo. Under ett års utrullning har 22 procent av kundstocken valt att skaffa Tivo, och man köper samtidigt ett större innehållspaket eftersom det blivit mer relevant för att Tivo gör att tittarna kan se och hantera mer innehåll.

Under Q3 2014 fick Comhem 178 000 nya bredbandskunder. 65 procent av dem valde en hastighet på 100 Mbit eller mer. Och det ger en bild av vad kunderna efterfrågar.

– Att leverera snabbare och stabilare bredband. Det ändrar i grunden vad vi ska vara, förutom att vi också ska leverera innehåll. Genom ökad hastighet får man också bättre Netflixupplevelse.

– Så vi sitter på första raden i berg-o-dalbanan, säger han och pekar på ett par damer som skrattar hejdlöst på den bild som just då projiceras på den stora duken bakom sig.

– Och vi duckar inte för problemen. Vi kommer erbjuda nya tjänster som driver vår lönsamhet, summerar Anders Nilsson.

UHD-sändningar nu

Stephan Heimbecher från Sky Deutschland berättar att man sedan ett halvår har testat sändningar i 4K/UHD, vilket varit en stor utmaning då de ställer stora krav både på hur man organiserar en produktion men förstås även när det gäller teknik.

– Den högupplösta bilden ger en mycket större upplevelse av vad som visas. Vår första sändning skedde i april av en Bundesligamatch i München och vi gjorde en sändning av en livekonsert i Stuttgart i december. UHD kan visas på större skärmar med en bild som har större dynamik och detaljrikedom vilken förstärker tittarupplevelsen.

Tekniskt handlar det om att överföra 8,3 gigabit data per sekund, tio gånger mer än vad som krävs vid HD-överföring. Men den fyra gånger högre upplösningen kommer bli något som tittarna efterfrågar när de ser hur bra bilden är, menar Heimbecher.

Som lite av en planerad joker dyker i detta ögonblick Ultra HD-evangelisten Benny Norling, från SES Astra AB, upp och berättar att SD håller på att försvinna i den moderna broadcastutvecklingen. Av företagets globala 4 200 sändningar är det bara 1 600 som idag ännu är SD. Resten är HD.

– Just idag har vi premiär för en Ultra HD-kanal per satellit, den är fri att titta på och sänds i den nya DVB-standarden och istället för standarden 16,9 miljoner färger kan man här se 1 miljard färgnyanser. Kanalen visas dagen i ära i foajén på en Samsung-TV som kommer ut i butik under augusti, säger han med ett mycket belåtet leende.

4K/UHD-sändningar förekommer redan nu regelmässigt i Japan, en del andra länder och strax bland annat i Indien, påpekar Chris Forrester, Broadgate Publications, under sin presentation där han understryker i en av sina förutsägelser om framtiden att 4K/UHD är något som man som producent ska satsa på. Om man vill finnas kvar på marknaden.

Årets upplaga av Spelplanen känns som ifall man inte varit på någon tidigare, så är det just denna man skulle prickat. För åtskilligt av vad som diskuterats tidigare år har nu realiserats.

Just nu pågår en så kraftfull omvandling att det är först i backspegeln vi kommer att förstå vad som egentligen hände. ■

– Vi försvarade en affärsmodell som tidigare gått så bra. Vi tappade passionen. Vi gav ut Smurf hits vol. 7 som sålde bra, man undrar hur folk tänker?! DRM kom och krånglade till tittandet till skillnad mot illegalt nedladdade filmer som funkade på alla plattformar. Det spädde på konsumentrevolutionen. 2008 var Pirate Bay världen fjärde största sajt, vilken potential om den varit legal. Spotify kom 2009. Ni måste ge upp för att kunna gå vidare, vi har varit där, sade Per Sundin, Universal Music, som råd till broadcastbranschen.

Garmin epix.

Garmin vívoactive.

Garmin fenix 3.

Smarta klockor med GPS

Garmin har lanserat tre nya smarta klockor, med GPS.

Garmin epix är företagets första handledsburna navigator med detaljerad karta för outdoor-entusiaster, med en 1,4-tums pekskärm, förinstallerad topografisk karta på 1:100 000 över Europa och 8GB inbyggt minne.

– För första gången har vi gjort det möjligt att ta alla funktioner i en handburen enhet och stoppa in dem i en enhet som får plats på handleden. Garmin är redan marknadsledande inom bärbara GPS:er och vi är glada att få ta navigering till en ny nivå genom att lägga in kartor och smarta funktioner i en klocka som klarar de mest påfrestande förhållanden, säger Martin Resch, produktchef för Garmin Outdoor.

epix är vattentät ner till 50 meter och har en batteritid på upp till 24 timmar i GPS-läge, 50 timmar i UltraTrac-läge och 16 veckor i klock-läge. Under skalet finns den nya EXO-antennen som stödjer både GPS och GLONASS, för både snabbare och bättre positionering.

Klockan är utrustad med automatiska kalibreringssensorer som ger information i realtid direkt på handleden – höjdmätare ger höjddata medan barometern kan användas för att förutsäga väder. Den 3-axlade elektroniska kompassen hjälper användaren att hålla kursen både i skogen och inne i en grotta.

Förutom navigationsfunktionerna är epix också en fullfjädrad fitness-klocka – med olika profiler för löpning, cykling, simning, skidåkning, trailrunning, och inomhusträning visar epix distans, tempo, hastighet, kaloriförbrukning och mycket mer, anger företaget, och när klockan är ihopkopplad med ett pulsband mäter den syreupptagningsförmåga (VO2Max), kadens, vertikal svängningsrörelse och markkontakttid.

Ihopkopplad med en kompatibel smartphone får man notiser i sin epix. Man kan också dela sina aktiviteter genom automatisk överföring till Garmin Connect, via WiFi eller Garmin Connect Mobile App via Bluetooth. Och vill man visa sina vänner var man är kan man låta dem göra det i realtid med LiveTrack. epix fungerar också som en trådlös fjärrkontroll för Garmin VIRB actionkameror.

vívoactive

Garmin vívoactice lanseras som en tunn och lätt smartwatch med GPS och appar för sport och andra aktiviteter.

– vívoactive har många av Garmins omtyckta funktioner som inbyggs GPS, lång batteritid och tydlig display i en supertunn smartwatch som håller dig uppkopplad mot omvärlden. Designad för att bäras varje dag kan vívoactive göras personlig på många sätt, från utbytbara band till olika urtavlor, appar och widgets, så att den blir mångsidig, funktionell och stilig, säger Dan Bartel, försäljningschef på Garmin International.

vívoactive kan också kopplas ihop med pulsband och fart/kadensmätare eller användas som en fjärrkontroll till Garmin VIRB action camera.

En app för cykel mäter tid, distans, hastighet och kalorier, och den som golfar kan hämta data från fler än 38 000 golfbanor över hela världen med hjälp av vívoactive golf app. Klockan är vattentät ner till 50 meter, har upp till tre veckors batteritid i klock/aktivitets-läge eller upp till 10 timmar i GPS-läge.

fenix 3

Garmin har också lanserat fenix 3, som företagets mest kompromisslösa klocka någonsin. Innanför den rostfria boettringen finns den nya EXO-antennen för både GPS och GLONASS, klockan är vattentät ner till 100 meter och finns i tre olika utföranden – Silver, Grå och Premium Safir (som har en reptålig, välvd safirlins och ett armband i rostfritt stål).

– Med tåliga material i en robust design och med avancerade funktioner är fenix 3 den perfekta klockan för den som lever ett aktivt liv. De innovativa funktionerna som kopplar ihop klockan med nya ConnectIQ appar, ger användarna det bästa en GPS-smartwatch kan erbjuda, säger Martin Resch.

Batteritiden är 20 timmar i GPS-läge, 50 timmar i UltraTrac-läge och upp till sex veckor i klockläget. fenix 3 har grundläggande klock-funktioner som larm, toner, vibrationspåminnelser, timer och stoppur.

När klockan är ihopkopplad med ett pulsband mäter den syreupptagningsförmåga (VO2Max), kadens, vertikal svängningsrörelse och markkontakttid. fenix 3 beräknar även återhämtningstiden efter ett intensivt träningspass och förutspår tider när man tävlar. ■

Hans Carpels, president Euronics International, var med på TCG Retail Summit ifjol och kommer vara med i år.

Paneuropeisk kongress med konsumentelektronik i fokus:

TCG Retail Summit

TCG Retail Summit anordnades för första gången i maj 2014, i Berlin, och när arrangemanget nu anordnas för andra gången sker det i Madrid 22-23 april 2015.

TEXT: OLA LARSSON, FOTO: BENJAMIN PRITZKULEIT

TCG Retail Summit säger sig vara den enda internationella kongress som fokuserar på försäljning av tekniska konsumentprodukter – konsumentelektronik, vitvaror, IT och telekom. När evenemanget anordnades - för första gången - ifjol fanns fler än 150 ”top managers” från ”technical consumer goods” (TCG) branschen, från 20 europeiska länder på plats.

I Madrid kommer aktade internationella talare diskutera och dela med sig av sin syn på utmaningarna inom dagens TCG-handel, anger arrangörerna Retail Plus GmbH, och berättar att TCG Retail Summit är ett årligt ”invitation-only” evenemang som vänder sig till senior management – och i år kommer det gå av stapeln i det femstjärniga hotellet Sheraton Mirasierra Suites i Madrid, Spanien, den 22-23 april.

TCG Retail Summit kommer vara en möjlighet för beslutsfattare och ledande tänkare inom elektronik, vitvaror och multimedia från hela Europa att träffas och dela med sig av sin sakkunskap och sitt kunnande såväl som att söka nya sätt att optimera värdekedjor samt diskutera framgångsfaktorer inom försäljning både i butik och via nätet - e-commerce och m-commerce - meddelar Retail Plus.

Handel i en disruptiv värld

Årets tema är ”Retailing in a disruptive world”, och disruptiv är ett ord som blivit på modet den senaste tiden. Uttrycket ”Disruptive innovation” sägs ha myntats av professorn Clayton M. Christensen på HBS (Harvard Business School) och förenklat kan man säga att det står för ett paradigmskifte – alltså att det gamla blir obsolet och det nya blir normen. En disruptiv innovation vänder upp och ner på gällande regler och skapar en ny marknad. Ett exempel är T-Forden och ett annat är Spotify...

Bland årets talare finns Laurent Abadie, chief executive Panasonic Europe, Thomas Baader, executive vice-president BSH, Hans Carpels, president Euronics International, Fabio De’Longhi, chief executive De’Longhi, Turan Erdogan, chief executive Vestel, Pieter Nota, chief executive Philips Consumer Lifestyle och Jonas Samuelson, head of major appliances EMEA Electrolux. Mer information finns på hemsidan www.europeantcgretailsummit.com.

Frågor till Hans Carpels

Retail Plus ställde ett antal frågor till Hans Carpels, president Euronics International, som var med på TCG Retail Summit ifjol och kommer vara med i år:

* Vad var ditt intryck av fjolårets TCG Retail Summit?

Det var väldigt välorganiserat och formatet var perfekt. Det var en imponerande samling talare, och innehållet var mycket användbart. Presentationerna varade max 20 minuter och efteråt var det paneldiskussion. Konceptet är mycket

meningsfullt och timingen perfekt, då det är mellan CES och IFA under en tid då leverantörerna lanserar nya produkter.

* Vad tog du med dig hem från TCG Retail Summit 2014?

Jag var imponerad av användbarheten av förslag som lades fram och av det faktum att ingen sade sig ha svaret på hur framtidens detaljhandel kommer se ut. Majoriteten av talarna försökte verkligen lyfta fram konkreta lösningar – inte bara teorier.

* Man skulle kunna säga att IFA är en plats där TCG retail och industrin träffas, och undra varför vi behöver ytterligare ett evenemang. Ser du IFA och TCG Retail Summit som konkurrenter, eller komplementerar de varandra?

Jag skulle säga att de komplementerar varandra. Självklart handlar IFA om produkter och lösningar, men det faktum att TCG anordnas i april/maj innebär att vi, vid den tiden, har en mötesplats utöver IFA i Berlin och CES i Las Vegas.

* TCG Retail Summit fyllde ett gap, som tidigare saknades i TCG-sektorn. Varför tror du att ett sådant evenemang, för senior management, saknades tidigare? Kanske hade ingen mod nog att dra igång det?

* Med tanke på detaljhandelns extremt snabba förändringar, hur ser du relationerna mellan handlare och industripartner utvecklas? Hur är det annorlunda nu jämfört med för fem år sedan, och vad kommer vara viktigt i framtiden?

Jag tror att man snarare bör fråga vad som är likadant idag som för fem år sedan, då det vore enklare att svara på. Vi har redan sett många handlare dra sig ur områden där de inte längre kan göra vinster.

* Vad är din åsikt när det gäller vad handlare måste göra de närmaste tre åren för att säkra en lönsam framtid?

De bör integrera sina offline och online erbjudanden och fräscha upp sina point of sales för att attrahera fler kunder. Denna utmaning måste självfallet mötas med stöd från industrin.

* Vilka kommer, enligt dig, bli morgondagens vinnare inom detaljhandeln? Kommer det endast vara ”renodlade” aktörer som Amazon, eBay och AO, som nyligen rullade ut sin UK affärsmodell i Tyskland?

Jag är övertygad om att de ”renodlade” aktörerna inte kommer vara vinnarna inom detaljhandeln.

* Det andra paneuropeiska TCG Retail Summit kommer gå av stapeln 22-23 april i Madrid. Vilka ämnen förväntar du dig diskuteras i år, och vad kommer bli nyckelfrågan?

Det uppkopplade hemmet och dess tillämpningar för konsumenterna. Kommer wearables växa från att vara nischprylar till att bli en robust del av affärsverksamheten?

* Ett av ämnena på årets TCG Retail Summit kommer handla om de ökande EU antitrust regleringarna. HUr relevant är detta för Euronics?

Det är tydligt att ett plant spelfält är nödvändigt i Europa, och som en detaljhandelskedja har vi poängterat detta vid våra diskussioner med EU kommissionen. Vi ser ett flertal aktörer som drar fördel av specifika skatteregler, där andra beskattas på vanligt vis.

* Hur var 2014 för Euronics?

De negativa valutaförändringarna i Ryssland, Ukraina, Turkiet och Kazakhstan balanseras mot den positiva utvecklingen i Spanien, Tyskland, UK och andra länder, så vi förväntar oss att hamna på par. ■

Panasonic
KOM NÄRMARE
FLYTTAR FANTASINS GRÄNSER
Viera AX900 är skärmen som verkligen får mörkrets krafter att vakna till liv. En högupplöst 4K-bild med Studio Master Colour gör filmupplevelserna starkare och mer levande än du upplevt någonsin tidigare. Upptäck nya Viera AX900 - en Ultra HD-skärm som väcker sinnena till liv och flyttar på fantasins gränser.
www.panasonic.se/viera
4K
ULTRA HD TV
VIERA
BEYOND SMART TV

TREDUBBLA FRAMGÅNGEN FÖR BATTERIER

Danska företaget Sandberg berättar att de haft en enorm framgång med sitt bärbara utomhusbatteri för mobiltelefoner, surfplattor, digitalkameror och så vidare. Och nu har de lanserat två nya modeller.

Den första modellen som kom ut på marknaden för några månader sedan har en kapacitet på 10400 mAh och kan ladda två enheter samtidigt, och nu lanseras två mindre enheter – en 2600 mAh-modell som passar bra i fickan och räcker för mindre enheter som till exempel smartphones och digitalkameror, och en 5200 mAh-modell som har tillräcklig kapacitet för att ladda en iPad.

– Vi fokuserade nog lite för mycket på att lansera en produkt som överträffade konkurrenternas på alla sätt. För det finns ju faktiskt massor av kunder som idkar friluftsliv utan att ha med sig en uppsjö av mobila enheter – och som kanske bara är borta från eluttag i några dagar. Kunderna behöver inte lägga ner pengar eller förvaringsutrymme på den stora modellen som vi först lanserade, säger Erling Hoff Petersen, försäljningschef på Sandberg A/S. ■

WHITE IS THE NEW BLACK

Om du älskar den rena, moderna stilen vit, kan du alltid komplettera din platt-TV med Vogels Thin 345 Alpine vita väggfäste, meddelar Aurora, som distribuerar Vogels i Sverige.

Det tunna 345 Alpina vit är en specialutgåva av en vinnande modellserie. Vogels Thin 345 väggfäste har vunnit många utmärkelser, till exempel Red Dot design Award 2011, som ett erkännande av sin enastående designkvalitet, samt iF Product design Award 2012.

Det anges vara idealiskt för montering av LED/LCD/Plasma-TV i storlekar mellan 40-65 tum och skärmen kan vridas 90 grader åt vänster och åt höger för bekvämt tittande från någon plats i rummet, samt lutas upp till 20 grader framåt, till exempel om man spelar spel.

Väggfästet är i infällt läge så gott som osynligt, med endast 3,5 cm mellan TV:n och väggen. Det tunna väggfästet utformades utifrån konsumentinsikter, anger företaget och berättar att dessa visade att vitt fortsätter att vara en viktig trend för inredning. ■

TUNNASTE ARBETSSTATIONEN VÄSSAD

Dell uppdateringar sin Precision M3800, som de benämner världens tunnaste och lättaste 15-tums arbetsstation. Dell anger att de har lyssnat på sina användare och svarar med att addera tillval som 4K Ultra HD touch-skärm, introducera Thunderbolt 2 teknologi samt erbjuda användare möjlighet att få den förinstallerad med Ubuntu.

– Dells arbetsstationer används av världens ledande animatörer, filmredigerare och specialister på visuella effekter. Därför förstår vi kraven som dessa människor ställs inför – leverera ständigt mer och mer kreativt innehåll inom allt tightare tidsramar, oavsett om det handlar om att redigera video på inspelningsplatsen, presentera sina idéer i CAD för kunder, eller arbeta mobilt med 3D-modellering, animation och rendering, så erbjuder Dell Precision M3800 en optimal balans mellan form och funktion för portabel prestanda, säger Elina Helmer, marknadsansvarig för klienter, Dell Sverige.

Dell Precision M3800 finns nu tillgänglig med 4K Ultra HD (3840 x 2160 pixlar) upplösning och IGZO2 teknologi. Drygt 8 miljoner pixlar gör 4K Ultra HD skärmen till den i särklass mest upplösta på en 15-tums mobil arbetsstation, anger företaget. Thunderbolt 2 gör det möjligt för användare att överföra data i hastigheter på upp till 20Gbps, något som gör det möjligt att visa och redigera rå 4K video samtidigt som filen backas upp.

Dell har dessutom utökat valmöjligheter vad gäller lagring och ökat den totala interna lagringskapaciteten till 2TB. Allt i ett format där vikten börjar på 1,88 kg och tjockleken är mindre än 18 mm. Dessutom är datorn packad med kraftfulla element såsom 4:e generationens fyrkärniga Intel Core i7 processor, Nvidias Quadro K1100M grafikkort och upp till 16GB internminne.

Dell berättar att de låtit Principled Technologies genomföra ett jämförande test mellan Dell Precision M3800 och Apples MacBook Pro med Retina skärm: I testet ställdes datorerna inför ett antal resursintensiva uppgifter i Adobe Premiere Pro Creative Cloud. Resultatet visade att Dell Precision M3800 konverterade video 28 procent snabbare och renderade video upp till 30 procent snabbare med mindre dataförlust. Dessutom alstrade datorn inte lika mycket värme när den försattes i intensivt arbetsläge. ■

FLÄKTLÖS ZENBOOK

Asus har lanserat nästa generations Zenbook, UX305, som världens tunnaste 13,3-tums QHD+ (3200 x 1800 pixlar) laptop – och den är väldigt tyst eftersom den inte har någon fläkt.

Zenbook UX305 är byggd i aluminium, väger 1,2 kg och är 12,3 mm tunn. Under skalet finns senaste generationens Intel Core M-processorer (Broadwell architecture), och SSD på upp till 256GB. Eftersom datorn har SSD istället för hårddisk, samt är fläktlös, finns inga rörliga delar över huvudtaget i den.

Datorn har Wi-Fi 802.11ac, tre USB 3.0 portar och Bluetooth 4.0. När det gäller ljudet har den Asus SonicMaster Premium audio (vilket innebär Bang & Olufsen ICEpower technology) som skall ge klart ljud och fyllig bas. ■

SOUND BLASTER FLAGGSKEPP

Creative har lanserat Sound Blaster E5, som en flaggskeppsmodell i ”Sound Blaster E-Series” USB-DAC och hörlursförstärkare. Sound Blaster E5 använder sig av audiofilkomponenter och har designats för att leverera bitperfekt ljud, något som låter mobilanvändare lyssna på musik precis som artisterna tänkt sig, anger företaget.

– Vi har alltid tyckt att alla ska ha tillgång till fantastisk ljudkvalitet, att de ska kunna dela den och att de ska kunna använda sig av många olika ljudkällor – som iOS- och Andriodenheter, PC- och Mac-datorer. För många användare har videoupplevelsen tagit stora kliv framåt i och med övergången från HD- till 4K-upplösning, men på ljudsidan ser det värre ut. Om 4K är fyra gånger tydligare än Full HD, kan man säga att CD-ljud, vilket många lyssnar på i dag, är minst sex gånger sämre än vad högupplöst 24-bit/192 kHz-ljud kan erbjuda. Det är därför vi har lanserat en förstklassig ljudlösning, en som bara använder de bästa ljudkomponenterna för att leverera ljudvärldens motsvarighet till 4K-TV:n. Ta på dig ett par bra hörlurar och lyssna på dina favoritlåtar genom Sound Blaster E5. Du kommer att höra findetaljer och mer djup i musiken – som att du lyssnade på artisten eller orkestern live, säger Long Chye Low, direktör för Sound Blaster Audio på Creative.

Sound Blaster E5 har bland annat:

- Cirrus Logic (CS4398) 120dB DAC med stöd för uppspelning av högupplöst ljud i upp till 24-bit/192 kHz vid anslutning till PC/Mac, inklusive 24-bit/88.2 kHz och 24-bit/176.4 kHz.
- Cirrus Logic (CS5361) 114dB ADC för högkvalitativt ljud via en analog ljudingång med lågt signal-brusförhållande och ljudinspelningar i upp till 24-bit/192 kHz.
- Texas Instruments (TPA6120A2) 600-hörlursförstärkare som skall ge audiofilhörlurar en fullständig ljudbild.
- Värdanslutning via USB 2.0 för streaming av högkvalitativt, felfritt digitalt ljud från Android- och iOS-enheter (upp till 24-bit) på resande fot.
- USB-ljud i asynkront läge för att reducera jitterstörningar och göra det möjligt att skicka högupplöst ljud från datorn.
- Omkopplare som låter användare välja en hög utsignalstyrka för hörlurar med hög impedans. ■

ALLT I ETT-LÖSNING FÖR HEMMABIO

Pioneer lanserar i februari nya Soundbase SBX-B30, som en Bluetooth-baserad högtalare som platsar under dagens platta TV-apparater – med ett ljud som överträffar TV:ns inbyggda högtalare med bravur.

SBX-B30 har digitala ingångar, såsom optisk och koaxial, samt en analog AUX och är mycket enkel att installera – man ställer helt enkelt sin TV ovanpå högtalaren och ansluter den med en enda kabel. Den inbyggda Bluetooth-mottagaren gör det enkelt att streama musik från kompatibla enheter som smartphones, surfplattor och datorer.

Pioneer SBX-B30 (som har en angiven uteffekt på 130 W) har två frontplacerade fullregisterelement samt två nedåtriktade subwoofers och är byggd i trä, för en kraftfull basåtergivning. Enheten är byggd för att klara TV med max vikt på 40 kg placerad ovanpå. Soundbase SBX-B30 har Dolby Digital och DTS Digital Surround, och tre ljudlägen kallade Surround, Night och Dialogue. ■

AKTIVITETSMÄTARE FÖR AKTIVA

Garmin har lanserat vívofit 2 – det senaste tillskottet till Garmins serie med aktivitetsband. vívofit 2 har nya funktioner som skall hjälpa användaren att vara aktiv och utveckla sunda vanor.

Förutom den synbara rörelsestapeln som talar om att man ska röra på sig, så har vívofit 2 en aktivitetstimer där man kan spara och analysera sina aktiviteter. Den har även bakgrundsbelysning och för att man skall kunna använda sin vívofit 2 till både vardags och fest finns det en kollektion med utbytbara armband.

– vívofit 2 hjälper dig att få hälsosammare vanor. Designad för att användas dygnet runt, med ett års batteritid, bakgrundsbelysning, och många smarta funktioner, håller vívofit 2 dig motiverad vart du än går, säger Andrew Silver, produktchef för Garmin Fitness.

vívofit 2 är vattentät ner till 50 meter och skärmen - som är bakgrundsbelyst - visar steg, kalorier, distans och tid på dygnet. Vid träningspass kan man koppla ihop vívofit 2 med ett pulsband för att spara puls- och zondata eller använda stoppuret för att spara tider.

vívofit 2 synkroniserar automatiskt med en kompatibel smartphone via Garmin Connect Mobile App och där får man en helhetsbild över sina dagliga aktiviteter. I Garmin Connect, ett gratis fitness-community, kan man se sömnstatistik och trender, gå med olika online-utmaningar och vinna virtuella utmärkelser för att öka motivationen. ■

BRUSREDUCERANDE LURAR MED LIGHTNING

Philips har lanserat Fidelio NC1L on-ear-hörlurar, som de första batterifria hörlurarna med aktiv brusreducering någonsin med direkt digital anslutning till iOS-enhet via Lightning-anslutningen. 24-bitars digital-till-analog-omvandling (DAC), förstärkning och brusreducering sker inuti själva hörlurarna, vilket skall garantera en fördjupad musikupplevelse.

– Philips Fidelio NC1L-hörlurarna kombinerar avancerad aktiv brusreduceringsteknik med alla fördelar hos en direkt digital anslutning till din iOS-enhet. Efter lanseringen av våra första hörlurar med Lightning-anslutning, Philips Fidelio M2L, är det med glädje vi presenterar ännu en världspremiär. Nu kan du låta dig omslutas av autentiskt ljud utan distraktioner, hur långt du än ska resa, säger Jakob Axelsson, Nordic Marketing Manager för Philips hörlurar.

Hörlurarna har tre olika lägen:

* Active Noise Cancelling – för maximal brusreducering
* Open-ear – släpper in bakgrundsljud så att man kan höra vad som händer runt omkring sig när man använder hörlurarna.
* Natural voice – en kalibrerad nivå av aktiv brusreducering för att möjliggöra en mer naturlig och bekväm upplevelse när man ringer samtal med hjälp av den inbyggda mikrofonen.

Philips Fidelio NC1L-hörlurar använder en hybridteknik för aktiv brusreducering, med fyra mikrofoner som registrerar bakgrundsljud innan den inverterar signalen, vilket skall eliminera bakgrundsljudet effektivt och konvertera det till tystnad. Två ”FeedBackward”-mikrofoner som sitter bredvid högtalarelementet ger kraftig brusreducering vid låga frekvenser, medan de två ”FeedForward”-mikrofonerna på utsidan av hörlurarna utökar brusreduceringens bandbredd till mellanregistret och höga frekvenser, anger företaget.

Hörlurarna är kompakta, fullt vikbara och lätta, och deras formbara skumkuddar är utformade för att ge en ergonomisk passform och vara bekväma, samtidigt som de andas – så att man kan njuta av ljudet även under långa resor, avslutar Philips. ■

MINST MED UTBYTBARA KABLAR

Den svenska hörlurstillverkaren Jays AB lanserar nu andra generationen q-Jays, som en high-end referensmodell med dubbla armaturhögtalare, tillika världens minsta in-ear hörlur med utbytbara kablar.

Nya q-Jays anges vara fullmatada med nyutvecklat innehåll och tillverkade av premium-material med allra senaste teknik i en kombination som skall höja nivån för precision och prestanda för in-ear hörlurar 2015.

Nya q-Jays skall ge en musikalisk upplevelse med ofärgad ljudbild, återgiven med enastående klarhet och detaljrikedom. Den är dessutom fullt kompatibel med Jays eget iWA-koncept för användning till de flesta smartphones.

– Vi ville realisera vår idé om den optimala hörluren. Genom att kompromisslöst kombinera referensljud, kvalitet, precision och ergonomi har vi nu nått en helt ny nivå, säger Daniel Andersson, Chief of Design på Jays AB. ■

KOMPAKT & KREATIV KAMERA

Panasonic har lanserat Lumix GF7, som en elegant och kompakt systemkamera med mängder av kreativa funktioner och hög bildkvalitet. Micro Four Thirds-standarden erbjuder ett brett utbud av objektiv att välja bland, så att man kan bygga ihop sin kamerautrustningen som man vill.

Lumix GF7 är liksom föregångaren Lumix GF6 både lätt och kompakt. Den finns i färgerna svart och brunt, med inslag av silver. Greppet har läderstruktur och kamerakroppen är utformad för att kameran både ska vara lätt att hålla i och att använda, anger Panasonic. 3-tumsskärmen på baksidan kan roteras 180 grader, vilket gör det enkelt att ta bilder på sig själv. När man vinklar upp den aktiveras kamerans Self Shot-läge automatiskt.

Den nya medlemmen i Lumix G-serien är utrustad med ett antal automatiska och snabba autofokusfunktioner, som Low Light AF-läget, där användare kan ställa in fokus på motiv även i svagt ljus, berättar företaget. Kameran har även Face Recognition och Face/Eye Detection AF som fokuserar på ansiktet eller ögonen.

Lumix GF7 har 16MP sensor och kan även spela in video i Full HD. Kameran har integrerad WiFi-uppkoppling och med Panasonic Image-appen kan man fjärrstyra kameran via sin smartphone eller surfplatta. ■

27-TUMSSKÄRM MED ADOBE RGB-TEKNIK

MMD, teknikföretaget som säljer och marknadsför Philips datorskärmar, har lanserat en 27-tums IPS-AHVA-skärm med fabrikskalibrerat stöd för samtliga Adobe RGB-färger.

Med Adobe RGB, som ibland också kallas för ”Wide Gamut”, återger skärmen över en miljard färger med enastående precision, anger företaget, och berättar att detta underlättar arbetsprocessen för professionella användare oerhört, som exempelvis grafiska designers som kan vara säkra på att skärmens färger motsvarar verkligheten.

– En gemensam färgstandard fungerar ungefär som ett gemensamt språk. Professionella användare måste kunna vara säkra på att deras skärm talar samma språk som utskrivare och andra enheter i arbetskedjan. Den nya Philips-skärmen återger alltid rätt färgton och är ett tryggt verktyg för användare, säger Frank Olsson, Nordenansvarig för MMD och AOC.

MMD anger att skärmen 272P4APJKHB har 2560 x 1440 pixlars upplösning, är förkalibrerad för maximal färgåtergivning och återger 99 procents Adobe RGB-färg och 100 procents sRGB-färg – vilket gör att färgerna aldrig behöver matchas mellan olika enheter. Genom att använda 10-bitar för att beskriva varje färg kan den nya 27-tumsskärmen återge över en miljard färgnyanser.

På många skärmar skiftar ljusstyrkan och färgen något på olika delar av rutan. Med hjälp av SmartUniformity-tekniken justerar Philips 272P4APJKHB bort sådana skiftningar, vilket alltid ger 95 procents enhetligt ljus över hela skärmen, meddelar företaget. ■

MAXIMAL KYLNING

PNY Technologies har lanserat grafikkortet Pure Performance GeForce GTX 980, som ett högpresterande kort utrustat med den senaste generationens grafikprocessor från Nvidia och en utformning som innebär att till och med de mest krävande spelarna skall kunna fördjupa sig i en spännande miljö med oslagbar realism.

Det senaste tillskottet till PNY:s sortiment är byggt kring ett Pure Performance-kylsystem och använder dubbla kortplatser. Kretskortet är förstärkt av en XLR8-bakplatta för förbättrad övergripande kylprestanda.

Pure Performance GeForce GTX 980 tar nedkylningen av grafikprocessorer ett steg längre med maximal värmebortledning tack vare den hela aluminiumkonstruktionen som sitter på en kopparbas, anger företaget, och berättar att fem stora värmerör av hög kvalitet och två 85 mm stora fläktar fulländar Pure Performance-arkitekturen med otroligt låga ljudnivåer – max 40 dB(A) vid 3240 rpm. ■

SSD FÖR BÄTTRE PRESTANDA

I samband med CES 2015 presenterade SanDisk två nya SSD. SanDisk SSD Plus är en 2,5-tums SSD för förstagångsanvändare som söker en rejäl förbättring av prestandan i sin bärbara eller stationära dator, medan SanDisk Ultra II mSATA SSD riktar sig mot användare av bärbara datorer och surfplattor som vill öka kapaciteten samt förbättra den övergripande prestandan för sina mSATA-system.

De två nya produkttillskotten är utvecklade för att ge alla de fördelar som flashminnesteknik erbjuder till ett överkomligt pris, såsom snabbare hastigheter, längre batteritid och uppgraderade system, anger företaget, och berättar att då SanDisk SSD Plus har en hastighet på upp till 23x prestandan jämfört med en vanlig hårddisk blir uppstart och laddningstider betydligt snabbare. SanDisk Ultra II mSATA SSD anges leverera kraftfull och konkurrenskraftig prestanda jämfört med andra produkter på marknaden, med en läshastighet på upp till 550 MB/s i kapaciteter upptill 512 GB, så användaren kan få ut det bästa av sina mSATA-datorer och surfplattor.

– Dagens konsumenter vill ständigt bli matade med information och är alltid på språng. De söker konstant efter snabbare och bättre presterande produkter som levererar information på ett ögonblick, men utan att nödvändigtvis behöva ersätta hela sin dator eller surfplatta. På SanDisk vill vi erbjuda konsumenter SSD-lösningar som förbättrar deras befintliga produkter och ger snabbare hastigheter, längre hållbarhet och högre kapacitet. Vi vill helt enkelt vara en leverantör de kan lita på, säger, Philippe Willams, Director of retail storage, SanDisk.

Till skillnad från traditionella hårddiskar är SSD både energisnåla och tysta medan de ger snabbare uppstart och avstängning, programstart och överföringshastigheter. De senaste tillskotten till SanDisks konsumentportfölj anges dessutom ha en imponerande livslängd, då de är konstruerade och testade för att vara stöt- och vibrationståliga såväl som att klara extrema temperaturer.

En fördel med SanDisk SSD Plus och SanDisk Ultra II mSATA SSD är en nedladdningsbar SanDisk SSD dashboard-app, som ger användare verktyg som hjälper dem hantera prestanda och hälsostatus på SSDn, manuell eller schemalagd TRIM, meddelanden om firmware-uppdateringar och tips på hur man bibehåller prestandan på enheten, berättar SanDisk. ■

DELL EXPANDERAR KONSUMENTPORTFÖLJEN

Under CES 2015 tillkännagav Dell att de expanderar sin konsumentportfölj med ett flertal nya enheter. Bland annat återfinns nya XPS 13, världens minsta 13-tums laptop som även håller rekordet för sin långa batteritid om hela 15 timmar. Dessutom startas försäljningen av Dells första välvda skärm, UltraSharp 34 Monitor.

– De nya produkterna höjer ribban inom varje kategori och ger kunderna stilrena och funktionella enheter med mjukvarulösningar som endast kan fås från oss på Dell. Oavsett om du är gamer, behöver en lösning att ta med i farten eller söker en laptop för vardagsbruk så utvecklar Dell produkter med de funktionaliteter som kunderna efterfrågar, säger Elina Helmer, marknadsansvarig för klientlösningar på Dell i Sverige.

Nya Dell XPS 13 har precis som sina föregångare utformats med form och funktionalitet i åtanke. Den tidigare pekplattan har uppdaterats till en precisionspekplatta som skall förenkla användningen av Windows 8.1 med hjälp av multitouch och gestfunktionaliteter. XPS 13 håller även titeln som världens minsta 13-tummare och har den längsta batteritiden bland 13-tums notebooks med upp till 15 timmar på en enda laddning. Den har en startvikt från 1,18 kg, en skärm som går kant i kant samt femte generationens Intel Core processor och SSD för hög prestanda trots ett litet format. Som tillval finns en UltraSharp Quad HD+ skärm med 5,7 miljoner pixlar och 5,2 mm tunna ramar.

De två nya bärbara datorerna - Alienware 15 och 17 - är packade med den senaste gamingteknologin och som tillval finns Intel Core i7 quad-core processorer och Nvidia GTX 980m grafik. De är dessutom kompatibla med Alienwares Graphics Amplifier och Intel Core i7-modellerna kommer även automatiskt överklocka när de ansluts till Graphics Amplifier. Båda enheterna är över 20 procent tunnare än sina föregångare och anges leverera maximal grafikprestanda.

Inspiron-familjen har fått två nytillskott varav Inspiron 15 7000 Series nominerades på CES Innovation Award 2015. Den lanserades under CES med femte generationens Intel Core processor och en 4K Ultra HD skärm som tillval. Inspiron 5000 och 7000 Series har skärmteknologin True Color som skall ge en hög skärpa och färgåtergivning. Dessutom kan användaren skräddarsy sin skärms färgtemperatur och ton för att kompensera olika ljusnyanser från till exempel lysrör och glödlampor.

Dell lanserar även Intel RealSense 3D Camera Front F200 till Inspiron 23 All-in-One. Tillsammans med ett flertal nya appar i Intel App Showcase som använder 3D-kamerans djupavkänningsförmåga, möjliggörs bland annat nya sätt att interagera i spel och skapa 3D-skanningar.

Den välvda skärmen UltraSharp 34 Monitor (med 3440 x 1440 pixlar) finns nu tillgänglig och anges ge en helt ny dimension av spel och multitasking med WQHD-upplösning. Med bildförhållandet 21:9 optimeras synfältet och den välvda formen anges minimera ögonrörelser, för en bekvämare upplevelse än med en platt skärm. ■

NY X-DUO FRÅN FUJIFILM

Fujifilm har lanserat en kompakt systemkamera, Fujifilm X-A2, och en kompaktkamera i X-serien, Fujifilm XQ2.

Fujifilm X-A2 är lika liten, lätt och smidig som den tidigare modellen Fujifilm X-A1 men med flera förbättringar och nya funktioner jämfört med sin föregångare, anger företaget. Kameran har en 16MP APS-C CMOS bildsensor som skall ge en förstklassig bildkvalitet och enastående färgåtergivning.

X-A2 har flera nyutvecklade inställningar för autofokus (Eye Detection AF, Automakro AF och Multi-target AF) som kameran justerar automatisk beroende på motiv för en snabb, enkel och exakt autofokus. X-A2 är också den första kameran i X-Serien med en skärm som går att vinkla 175 grader, vilket anges vara perfekt för att ta självporträtt tillsammans med det nya objektivet XC16-50mm F3.5-5.6 OIS II som ha en närgräns på endast 15 cm.

X-A2 har seriebildstagning med upp till 5,6 bilder/s, ett kompakt kamerahus som väger 350g, Full HD videoinspelning (30p), trådlös bildöverföring till smartphones (iOS och Android), surfplattor och skrivare.

Fujifilm XQ2 är precis som sin föregångare XQ1 den minsta kompaktkameran i X-Serien hittills. XQ2 har 4x optisk zoom (motsvarande 25-100mm F1,8-4,9) med inbyggd bildstabilisator och en 2/3” bildsensor på 12 megapixel med Fujifilms X-transteknik som skall ge skarpare bilder genom att inte använda ett lågpassfilter.

XQ2 har nyutvecklad fokusalgoritm och växlar automatiskt mellan fasdetektion och kontrast autofokus för snabbast möjliga autofokus. Kombinerat med en blixtsnabb uppstart och en näst intill obefintligt slutarfördröjning blir det ännu enklare att fånga ögonblicken, anger Fujifilm. XQ2 har seriebildstagning med upp till 12 bilder/s och kan filma Full HD-video med upp till 60 bilder/s.

Kamerans olika inställningar hanteras med den programmerbara funktionsknappen (E-Fn) och kontrollringen som sitter placerad runt objektivet. Ringen har olika funktioner beroende av vilket fotograferingsläge kamera är inställd men går även att tilldela andra funktioner såsom ISO-känslighet, exponeringskompensation, filmsimulering, vitbalans och seriebilstagning. Med den dedikerade Wi-Fi-knappen går det enkelt att trådlöst föra över bilder till smartphone, tablet, skrivare eller dator. ■

KOMPAKT NAS MED EN DISK

Synology har lanserat DiskStation DS115, som en kompakt enportars NAS-server med dubbelkärnig processor som tillåter hem och mindre företag att ta del av centraliserad lagring, gränslös fildelning, enkel molnsynkronisering, strömmande media, hemövervakning och mycket mer.

– DS115 gör det lätt att jobba samt spela och dela filer var som helst ifrån. Med sin snabba prestanda, sitt intuitiva gränssnitt och rika utbud av tilläggspaket är DS115 en fantastisk NAS-server för hem och mindre företag, speciellt för folk som fortfarande förlitar sig på externa hårddiskar, USB-minnen eller molntjänster för att utbyta och dela filer, säger Jonathan Wang, produktchef på Synology Inc.

Med sin nya dubbelkärniga processor skall DS115 ge ökad beräkningskraft och överföringshastigheter över 111 MB/s för läsning och 104 MB/s för skrivning, vilket ger användare 36 procent högre överföringshastigheter jämfört med föregångaren. DS115 ansluter till externa hårddiskar och andra enheter med sin USB 3.0-port. DS115 designades även med energibesparing i åtanke, och förbrukar endast 5,44W i viloläge och 10,21W när den används, anger företaget.

DS115 använder DiskStation Manager (DSM) 5.1, ett intuitivt operativsystem med en mängd tilläggspaket för att förbättra produktiviteten på jobbet och erbjuda en ny nivå av underhållning i hemmet. DSM 5.1 skall göra det lätt att synkronisera filer över flera enheter och molnlagringstjänster, strömma media till TV-apparater med DLNA, AirPlay, och Chromecast, sätta ihop ett hemövervakningssystem, eller skapa digitala klippböcker med paketet Note Station. ■

PRODUKTNYHETER

NYTT FLAGGSKEPP I CINTIQ-SERIEN

Wacom lanserade på CES 2015 Cintiq 27QHD och Cintiq 27QHD touch för att möta de allt större kraven hos dagens kreatörer. Med bästa möjliga penn-prestanda, en stor arbetsyta, ett spektakulärt färgomfång och väl genomtänkta ergonomiska lösningar kommer Wacoms nya flaggskepp att glädja både konstnärer och formgivare, anger företaget.

Den 27 tum stora skärmen ger till synes oändliga möjligheter och låter bokstavligt talat konstnärer och designers se mer, och för att underlätta ett naturligt och intuitivt arbetsflöde kan den nya medföljande ExpressKey-fjärrkontrollen placeras var som helst på skärmen eller skrivbordet för att ge större flexibilitet över de anpassningsbara kortkommandona, meddelar företaget, och berättar att proffs med färgkritiska arbetsflöden kommer att gynnas av den stora färgrikedom om 1,07 miljarder färger och den 97 procentiga täckningen av Adobes färgomfång hos Cintiq 27QHD.

Båda versionerna av det nya flaggskeppet har en 27 tum stor skärm om 2560x1440 pixlar och en sömlös kant-till-kant-glasskärm. Olika pennspetsar, inklusive filtspetsar, kan användas för att öka den naturliga känslan och skapa en mycket realistisk känsla av penna på papper. I och med en kombination av penna, multi-touch (Cintiq 27QHD touch), OSD-kontroller och en Radial Menu anges det nu vara möjligt för användare att förbättra och effektivisera sitt arbetsflöde. ■

27-TUMS KONSOLMONITOR FÖR GAMING

BenQ har lanserat RL2755HM, som sin senaste monstermonitor, speciellt framtagen för konsol- och PC-gaming. Den nya 27-tummaren skall erbjuda synkroniserad rörelse utan fördröjning, med bästa möjliga synlighet och klarhet i bilden. Bland funktionerna finns 1ms GTG responstid, dubbla HDMI-portar, Black eQualizer, BenQ:s färgteknologi och ergonomisk användarkomfort.

BenQ RL2755HM är en 27-tumsmonitor skräddarsydd för konsol- och PC-spelare med utrymme för att gömma kablar, högtalare och kontroller. Bakom varje detalj finns noga uträknade syften, så som den halkskyddade gummiytan på monitorns fot – ett effektivt sätt att hålla handkontroller på plats för enkel förvaring efter varje spelomgång, anger företaget.

För den optimala fightingupplevelsen bjöd BenQ in Justing ”JWong” Wong (EvilGeniuses) för assistans i framtagandet av funktionen Fighting Mode, som hjälper till att optimera vinstchansen och möjligheten att överbemanna sina fiender. Fighting Mode har en specifik färgkalibrering som skall hjälpa till att öka synlighet och skärpa på de olika karaktärerna i strid.

Många långa timmar av spelande utsätter spelare för skadligt blått ljus och obekvämt flimmer, anger BenQ, och berättar RL2755HM har ett inbyggt Low Blue Light Mode samt Flicker Free-teknologi som skyddar ögonen och eliminerar obehag oavsett ljusnivå. Funktionen anges minska skaderisken och trötthet på ögonen samt reducera problem med huvudvärk och sömnsvårigheter. ■

DIGITAL MODULATOR – HDMI TILL DVB-T

Barcom har lanserar Aquila mini HD – en digital modulator som omvandlar valfri HD-signal från HDMI till DVB-T.

Med Aquila mini HD får du på ett enkelt sätt ut HDMI-signalen i ditt befintliga TV-nät. Det kan vara från satellitmottagare, DVD-/Blu-rayspelare, mediaspelare eller informationskanal från en dator. Ut får man en HD-signal som kan ses på alla TV-apparater med inbyggd digitalbox (MPEG4).

Exempel på installationer kan vara pubar (TV-kanal), idrottshall (kamera), hotell/BRF (informationskanal) eller för hemmabruk (set-top box eller bevakningskamera).

Mer information på www.barcom.se. ■

SMARTBAND PÅ INGÅNGSNIVÅ

Razer tillkännagav på CES lanseringen av Razer Nabu X, ett smartband som skickar notiser från mobiltelefoner, för hälsodagbok och har sociala band-till-band-funktioner, allt i en diskret formfaktor.

Razer Nabu X använder tre färgade LED-visare och vibrationer för att uppmärksamma användare på när deras parkopplade mobiltelefoner tar emot notiser, medan tidigare lanserade Razer Nabu använder en OLED-skärm för privata meddelanden som visar korta förhandsvisningar av mottagna notiser. Både Razer Nabu X och Razer Nabu fungerar med alla tredjepartsappar som finns tillgängliga på Nabu Marketplace.

– De största ingångsbarriärerna för ny teknologi är pris och komplexitet, och vi har eliminerat båda faktorerna med Razer Nabu X. Vi har tagit vad som gör Nabu till ett så populärt smartband - diskreta notiser, hälsodagbok och band-till-band-kommunikation - och integrerat dem i Nabu X. Det är ett enkelt alternativ till Nabu som är extremt prisvärt och lätt att använda, säger Min-Liang Tan, Razers medgrundare och VD.

Nabu X:s sensormodul består av en accelerometer som använder precisionsjusterade algoritmer för att se till att användares aktivitetsdata är korrekta. En vibrerande motor uppmärksammar användare när de tar emot notiser, och de tre LED-visarnas färg kan anpassas för att indikera vad det är för sorts notis som tagits emot. Sensormodulen är löstagbar för att göra det möjligt att byta mellan olika armband. De planerade färgerna är svart, vit och grön. ■

SNABBA & SMÅ SD-KORT

Kingston har lanserat Ultra High Speed microSD-kort som anges ha 90MB/s läshastighet och 80MB/s skrivhastighet, vilket innebär att de överstiger den senast lanserade SD-associerade specifikationen, UHS-1 U3 (Ultra High Speed Bus, hastighetsklass 3) som är klassad för 30MB/s för såväl läs- som skrivhastighet.

Med 90/80MB/s i läs- och skrivhastighet låter de nya korten (SDCA3) sport- och äventyrsentusiaster samt andra användare fånga video i Full HD (1080p), Ultra HD (2160p) och 3D på högpresterande enheter som till exempel smartphones och kameror.

– Den ökande användningen av högpresterande kameror och Android-baserade mobila enheter har gjort att Kingston har blivit ombedd att göra ännu snabbare microSD-kort för att maximera enhetens prestanda. Vi är övertygade om att våra nya 90-80MB/s microSD-kort är byggda för extrema förhållanden och användarna kommer att kunna fånga alla minnen som de vill på kortet, säger Mikael Johansson Business Developer på Kingston.

SDCA3 finns i storlekarna 16GB, 32GB och 64GB. ■

BILSTEREO UTAN RÖRLIGA DELAR

Pioneer menar att man med nya MVH-AV270BT sätter en ny prisvärd nivå för underhållning i bilen, och med mekanikfri design är det smartphones och digitala medier som står i centrum.

Man kopplar enkelt in sina enheter via USB-ingången som finns på baksidan och iPhone/iPods styrs direkt från den 6,2-tum stora pekskärmen. MVH-AV270BT har naturligtvis också Bluetooth, vilket gör det enkelt att streama musik och hantera handsfreesamtal.

Den inbyggda Mosfet-förstärkaren på 4 x 50 W skall ge ett kristallklart och kraftfullt ljud, och för ännu mer kraft kan man koppla in extra slutsteg via de två RCA-lågnivåutgångarna.

MVH-AV270BT har också ingång för backkamera. ■

TRÅDLÖSA HÖGTALARE FRÅN B&O

Bang & Olufsen har lanserat sin första kompakta trådlösa högtalarenhet – BeoLab 17. Den helt digitala, aktiva högtalarenheten – den första i världen att använda den nya WiSA-standarden för förstklassigt trådlöst ljud – kombinerar en fantastisk ljudprestanda, placeringsflexibilitet och innovativ design, allt i ett utsökt litet paket, anger företaget.

– BeoLab 17 är det mest mångsidiga och flexibla exemplet på vår senaste generation av trådlösa högtalarenheter. Våra designer har jobbat tillsammans med ljudingenjörerna för att skapa vad vi tror är en av de mest fulländade högtalaralternativen på marknaden i dag. Om du letar efter ljud som stämmer överens med artistens ursprungliga intentioner – och en design som passar ditt rum – så ska du ta en titt på nya BeoLab 17, säger Lars Fredsgaard, chef för produktkategorin högtalare.

BeoLab 17:s triangulära kabinett har skapats av Torsten Valeur på David Lewis Designers och är tillverkad i ett enda stycke strängsprutad aluminium som skall ge en stabilitet utöver det vanliga. Bang & Olufsens ingenjörer har inkluderat en uppsättning helt digitala komponenter i en sluten låda på endast 2,8 liter.

Tvåvägshögtalaren BeoLab 17 har ett skräddarsytt 6” mellanregister/bas, en 3/4” diskanthögtalare, ett par klass D-förstärkare på 160 watt och en patenterad digital ljudmotor. Med över 40 gånger så stor behandlingskapacitet jämfört med analoga kretsar, är den nya digitala ljudmotorn hjärnan bakom musklerna som möjliggör stort ljud i en så pass liten förpackning, berättar B&O.

BeoLab 17 har många placeringsalternativ. Man kan använda golvfoten om man vill ställa den direkt på golvet, eller ställa den på det höga golvstativet för ett skulpturalt uttryck. Man kan också använda väggfästet som gör det möjligt att sätta fast BeoLab 17 direkt under taket. Fästet lutar åt två vinklar så att man kan rikta ljudet åt vilket håll man vill och en omkopplare för basåtergivning justerar equalizer enligt fristående position, väggposition eller hörnposition.

Eftersom BeoLab 17 använder sig av den nya WiSA-standarden behöver man endast ansluta de aktiva högtalarenheterna till elnätet i ett rum med en WiSA-kompatibel sändare för att koppla dem trådlöst till sin TV, Blu-rayspelare eller set-top-box.

WiSA-plattformen (Wireless Speaker and Sound Association) använder det relativt glesa intervallet 5,2-5,8 GHz för att undvika störningar från andra signaler och för att uppnå tillräckligt med bandbredd för att strömma 24-bitars okomprimerad musik på ursprungliga samplingsfrekvenser. WiSA är det första trådlösa systemet i UNII-bandet som ger flerkanalig prestanda – upp till ett komplett 7.1-surroundljudsystem, anger företaget. ■

MÅNGSIDIG LJUDFÖRSTÄRKARE

Creative Technology har lanserat Sound Blaster X7 i Sverige, som den kraftfullaste och mest avancerade ljudlösningen hittills – Sound Blaster X7 ljudförstärkare är framtagen och designad för att leverera bästa möjliga ljud för gaming och underhållning och kan kopplas till flera olika spel- och underhållningssystem. Den har 24-bit/192kHz med en 127dB digital konverter (DAC) och 100W-förstärkare.

Sound Blaster X7 har blivit utsedd till “International CES Innovations Awards Honoree” 2015 i två kategorier. Den prestigefyllda utnämningen baseras på flera olika kriterier, bland annat design, innovation och användarvänlighet, i jämförelse med konkurrerande produkter på marknaden, berättar Creative.

– Världen utvecklas ständigt och det påverkar givetvis hur vi konsumerar musik och underhållning vilket gör att vi måste anpassa sig därefter. Därför lanserar vi Sound Blaster X7. Detaljrikedomen och komplexiteten för ljud i spel, musik och filmer har ökat och man konsumerar underhållning på många olika plattformar idag om det är PC, TV, smartphones eller spelkonsoler. Vårt självklara mål är att samtliga användare oavsett plattform ska kunna få bästa möjliga ljudupplevelse med den bästa tekniken. Den nya Sound Blaster X7 ger just det och är helt enkelt den största och mest avancerade Sound Blastern hittills, säger Sim Wong Hoo, CEO Creative.

SBX Crystalizer anges framhäva diskreta ljud som annars kan vara ohörbara medan SBX Bass lyfter fram lågfrekvenser för mer effektfulla sekvenser vid exempelvis filmexplosioner. SBX Smart Volume minimerar plötsliga och irriterande volymförändringar vid till exempel reklamavbrott. De tekniska komponenterna och förstärkningsfunktionerna i Sound Blaster X7 levererar otroligt ljud även för de mest kräsna öron, enligt företaget.

The Sound Blaster X7 Control Panel finns för PC/Mac-användare medan mobilappen Sound Blaster Central finns för iOS och Android och ger full tillgång till samtliga inställningar.

Sound Blaster X7 har trådlös Bluetooth 4.1 Low Energy och Near Field Communication (NFC) teknik. Stöder också HD-ljud som aptX Low Latency och AAC för lika bra trådlös uppkoppling som med sladd. Creative Multipoint gör att man kan hantera flera Blutooth-uppkopplingar samtidigt. ■

D1 – DIGITALT & TRÅDLÖST

På NAMM (mässan för musikinstrument i Anaheim, Kalifornien) har Sennheiser presenterat evolution wireless D1, ett digitalt trådlöst mikrofonsystem som skall göra att ett band kan bli trådlöst på ett enklare sätt. Sändare och mottagare ställer automatiskt in sig och väljer lämpliga frekvenser och flera D1 system kan automatiskt koordinera sina frekvenser själva. ew D1 använder 2,4GHz bandet, som är licensfritt i hela världen.

– D1 är omedelbart beredd på att göra musik – och tar bort det krångliga med trådlöst, sammanfattar Martin Fischer, product manager på Sennheiser.

Artisten kan glömma allt om frekvensinställningar, justera sändare och mottagare samt att ställa gain rätt – evolution wireless D1 erbjuder verklig lättskötthet genom att göra alla dessa tidsödande och ibland problemfyllda sysslor åt dem.

– Egentligen, det enda man behöver göra är att slå på strömmen. Resten sköter sig automatiskt. Snabbt och enkelt har du allt inställt för att börja spela – med alla signaler rätt, och med stabil trådlös uppkoppling, säger Martin Fischer.

D1 sänder på 2400 till 2483,5 MHz, som är tillståndsfritt i hela världen så det krävs ingen registrering av systemet eller avgift för att utnyttja frekvensområdet. Speciella krav i vissa regioner är tillgodosedda i de olika varianter som saluförs i respektive land. För att kunna fungera samtidigt som Wi-Fi, Bluetooth och andra 2,4GHz system, scannar D1 mottagaren kontinuerligt RF miljön och kommer ohörbart och utan avbrott flytta till en annan frekvens, om den upptäcker någon störning. Två kanaler är alltid beredda, utöver den aktuella överföringskanalen har systemet en back-up kanal beredd, vilket innebär tids- och frekvensdiversity. Överföringens stabilitet ökas ytterligare genom snabb antenndiversity.

Sennheiser evolution wireless D1 använder aptX Live codec som skall säkerställa excellent ljudkvalitet och bred dynamik för sång, tal och instrument över hela frekvensområdet. Latency är låga 3,9 millisekunder, vilket är bra när till exempel trådlös In Ear Monitoring används. För att försäkra optimala nivåer genom signalkedjan ställer ew D1 automatiskt korrekt känslighet på mikrofonen.

Med menyn på ew D1 har användaren tillgång till en rad ljudprocessorer. Dessa inkluderar en 7-bands grafisk equalizer, low-cut filter, automatisk gainkontroll och de-esser. D1:s sångsystem levereras med en dynamisk evolution mikrofonkapsel men kan naturligtvis också enkelt bytas till exempelvis kondensatorkapslar om så önskas.

D1-systemen koordinerar sig själva helt automatiskt. För mångkanalssystem kommer mottagarna att synkronisera sig själva för att hantera upp till 15 kanaler i en idealisk RF miljö.

D1 sändarna används med antingen standardbatterier, eller uppladdningsbara ”batteripacks”, som finns som tillbehör. Dessa uppladdningsbara lithium-ion packs laddas via USB eller en laddningsdocka, och batteriets laddningsnivå visas på sändare och mottagare.

Sennheiser evolution wireless D1 levereras i kompletta färdiga system, eller kan skräddarsys genom att kombinera individuella komponenter. Utöver sång och instrumentsystemen finns i D1 serien också headmic och myggmikrofon. ■

HÖRLURAR MED PULSMÄTARE

SMS Audio lanserar tillsammans med Intel “SMS Audio BioSport In-Ear-hörlurar Powered by Intel” som det första pulshöjande personliga ljudsystemet som kombinerar livsstil och teknisk innovation för en exceptionell träningsupplevelse.

SMS Audio berättar att de är dedikerade för att förbättra hur människor runt om i världen upplever musik genom att kombinera teknik, funktion och stil för att få ljud av hög kvalitet, komfort och mode hos varje produkt. Intel och SMS Audio samarbetar för att sammanfoga kondition med teknik genom att kombinera det senaste inom träningsövervakande biometriteknik med hög ljudkvalitet och stil.

– Det bärbara tekniksamarbetet mellan SMS Audio och Intel ökar vår förmåga att föra smart motion till konsumenterna. Med introduktionen av SMS Audio BioSport In-Ear-hörlurar powered by Intel, är vi nu först med att tillhandahålla denna nivå av integrerad, sömlös och hjälpsam biometrisk information för att inspirera kunderna att avancera sina träningsupplevelser, säger Brian M. Nohe, vd för SMS Audio.

– Intel är fokuserade på att driva innovation inom det bärbara tekniksegmentet genom samarbete med livsstilsvarumärken såsom SMS Audio, vilka kompletterar vår teknologi och designexpertis. Med SMS Audio kommer vi få smarta hörlurar till marknaden som eliminerar besväret av extra enheter med ett integrerat, enhetligt träningstillbehör som erbjuder avancerad stil och framstående ljudkvalitet för en exceptionell träningsupplevelse. Det här är ett utmärkt exempel på när Intel driver innovation i bärbara enheter och samtidigt som man är en föregångare i att slå samman livsstil och teknologi, säger Michael Bell, corporate vice president och general manager för New Devices Group på Intel.

SMS Audio BioSport In-Ear-hörlurar Powered by Intel anges leverera en exceptionell upplevelse medan du tränar utan att minska ljudkvaliteten för dem som kräver mer av livet och mer från musiken. Hörlurarna integrerar biometriska sensorer i en anpassad pulsmätare inbyggd i hörlurarna för att ge idrottare möjlighet att samla träningsuppgifter och uppnå maximal fysisk prestation. En öronkroksdesign skall säkerställa en bekväm passform medan en hörlurskontakt eliminerar behovet av extra batterier eller laddare.

En gemensamt utvecklad pulsmätare i in-ear hörlurar kommer att sätta stopp för de mindre behändiga, mindre bekväma bröstbandsmonitorerna och samtidigt leverera tillförlitlig och konsekvent övervakning av hjärtfrekvens för att möjliggöra maximal prestanda och framstegsuppföljning, anger företaget.

SMS Audio BioSport In-Ear-hörlurar är IPX4 klassade för skydd mot svett och vattenresistens, och för att hjälpa att följa puls, tempo, distans, höjd och kaloriförbrukning är SMS Audio BioSport In-Ear-hörlurar kompatibla med den populära träningsappen RunKeeper, med ytterligare applikationsstöd planerade för framtiden. ■

HÖRLURAR MED INBYGGD LJUDOPTIMERING

Wicked Audio har lanserat Revolt, som hörlurar med inbyggd högkvalitativ ljudoptimering – utrustade med en Digital Power Station, vilken låter användare optimera ljudet tillbaka till dess ursprungliga studiokvalitet.

I samarbete med Bongiovi Acoustics har hörlurarna tagits fram för att tillhandahålla obestridligt grymt ljud, anger företaget och berättar att Wicked Revolt innehåller den innovativa mjukvaran Digital Power Station, och genom denna digitala behandling (som analyserar musiken och re-mastrar den i realtid för en optimerad uppspelning) kan användare äntligen uppleva ljudet på det sätt som det var meningen att höras när det spelades in i studion.

– På Wicked Audio är vi musik-junkies från födseln och traditionella skivor är fortfarande vårt favoritmedia för lyssnade av musik. Revolt ger användare känslan av att lyssna på riktiga skivor men med bekvämligheten som kommer med MP3 eller strömmad musik. Den här hörluren ändrar inte bara spelreglerna vad gäller användarvänliga och unika inställningsmöjligheter; den är stilren och har ett förstklassigt utseende också, säger Paul Marshall, grundare av Wicked Audio.

Wicked Audio lanserade Revolt på CES 2015 och de introducerade på mässan även sin första produktserie riktad mot kvinnor. Kollektionen har samma kaxiga design och grymma ljudkvalitet som setts i tidigare modeller, men i nya färgkombinationer, anger företaget.

– Vi är väldigt exalterade för den nya kollektionen. Även om våra tidigare produkter inte är könsspecifika, så har vi fått manga förfrågningar från kvinnliga användare om produkter i roligare färger, kanske mer passande för kvinnor. Vi har lyssnat och jag måste erkänna att vi hade otroligt roligt när vi tog fram dessa färgkombinationer! Tjejerna på Wicked Audio hade urkul under den här processen och är väldigt glada över vad vi kommit fram till, säger Paul Marshall.

Kollektionen består av tre olika modeller – Jade (i Smoke/Rose, Amethyst/Pear, Kiwi/Bubblegum, Mint/Snow och Strawberry/Pineapple), Missfit (i Coral/Dove, Electric Blue/Onyx och Orchid/Lime) samt VXN (i Black/Gold, Frost/Aqua och Plum/Bubblegum). ■

EN TRIO KOMPAKTKAMEROR

Nikon har förstärkt sin Coolpix-serie i och med lanseringen av tre nya kompaktkameror: Coolpix S3700 med inbyggd Wi-Fi och stöd för NFC, slanka Coolpix S2900 samt lättanvända Coolpix L31.

Coolpix S3700 har 20 megapixlar och 8x optisk zoom. Lång batterilivslängd gör att du kan fortsätta fotografera när du behöver det mest och med modellretuschering blir dina selfies och gruppbilder alltid snygga, meddelar Nikon.

Coolpix S2900 har 20 megapixlar och 5x optisk zoom. Kameran kan - liksom S3700 och L31 - filma i HD (720p) och Panorama Assist skall göra det lätt att fotografera vackra naturmotiv.

Coolpix L31 har 16 megapixlar och 5x optisk zoom. Inbyggda specialeffekter ger inspiration till kreativitet och det är enkelt att fotografera på resande fot tack vare vanliga AA-batterier, anger företaget.

– Oavsett om du gillar att dela bilder på sociala nätverk, fotograferar varje dag eller bara vill fånga de speciella ögonblicken med nära och kära finns det en ny Coolpix som passar dig. De är stilfulla, smidiga och fulla av funktioner som gör det enkelt att fotografera, samtidigt som du får bilder med bra kvalitet, säger Ines Bernardes, produktchef för Coolpix vid Nikon Europe. ■

BILLIG SURFMOBIL

Microsoft Devices har lanserat en ny mobiltelefon, Nokia 215, och det rör sig om en väldigt billig surfmobil (med ett pris på ungefär $29). Drygt hälften av jordens befolkning är idag inte uppkopplade mot nätet men i år beräknas antalet människor som har tillgång till internet växa med en miljard – och denna mobil är tänkt att bidra till att nå det målet.

Nokia 215 finns både med enkel-SIM och dubbel-SIM och är försedd med Opera Mini Browser, Bing Search, MSN Weather, Twitter, och Facebook. Under skalet finns Bluetooth 3.0 och mobilen har inbyggd ficklampa samt VGA-kamera.

Nokia 215 anges ha upp till 20 timmars taltid samt upp till 29 dagars stand-by. Operativsystemet är Nokia Series 30+, bildskärmen är 2,4” stor, mobilen väger 79g och har måtten 116 x 50 x 12,9 mm.

– Med våra mycket prisvärda mobiltelefoner och digitala tjänster ser vi en inspirerande möjlighet att koppla upp nästa miljard människor mot nätet för första gången, säger Jo Harlow, Corporate Vice President of Microsoft Devices Group. ■

BENQ LANSERAR 32-TUMS 4K/UHD-MONITOR

BenQ har lanserat BL3201, som världens första 32”W 4K2K-monitor för professionella designers, och berättar att monitorn är speciellt framtagen för visuellt intensivt och krävande arbete inom CAD/CAM, animation, videoredigering och grafik. BL3201 har en 32-tums Wide-display med 100% sRGB, IPS-teknologi och den senaste 4K2K-tekniken för upplösning i ultra-high-definition (UHD) med 3840 x 2160 pixlar.

BL3201 har en rad anslutningsmöjligheter och skärmfunktioner, så som picture-in-picture (PIP) och picture-by-picture (PBP), såväl som mjukvara för ett uppdelat skrivbord, för ökad effektivitet och översikt i arbetet. Monitorn erbjuder inte bara visuell precision till proffs med ett öga för detaljer, utan ger också optimal ögonkomfort med BenQ:s flicker-free-teknologi och Low Blue Lights-läge, anger företaget.

– Den bästa designen växer fram ur en förståelse för användarens behov. BL3201 visar vårt engagemang för att ta fram bästa möjliga produkter till våra konsumenter och vår ansträngning att alltid ligga steget före när det gäller marknadskraven. Vi hoppas att vår nya monitor ska stärka och glädja professionella designers i deras arbete, säger Stefan Dahlqvist, Managing Director på BenQ Nordic. ■

ÖVERVAKNING MED FYRA KAMEROR

KGuard Security har lanserat ett övervakningspaket med fyra kameror, NVR-KIT3, som ansluts till huvudenheten med kabel.

NVR-KIT3 ingår i Mars Home Series och lanseras som ett komplett, lättanvänt och smidigt övervakningssystem med kameror anpassade för inom- och utomhusbruk. Paketet består av en NVR-enhet och fyra digitala övervakningskameror.

Övervakningskamerorna är IP66-klassade vilket innebär att de tål både regn och rusk och fungerar således lika bra inom- som utomhus. Utöver IP-klassen så är kamerorna även PoE kompatibla, vilket innebär att de inte behöver anslutas till ett vägguttag utan får all den ström de behöver via nätverkskablarna som är anslutna till NVR-enheten.

NVR-KIT3 anges vara väldigt enkelt att få ingång. När en hårddisk är installerad, alla medföljande kablar anslutna och NVR-enheten ansluten mot ett nätverk så är det bara sätta igång enheten och följa instruktionerna.

Om NVR-enheten är ansluten mot ett nätverk med internetanslutning så finns möjligheten att se kamerabilden “Live” var man än befinner sig. Installationen för live-view i en Android eller iOS-enhet skall vara enklast tänkbara, man installera KViewQR-appen i sin enhet, scannar QR-koden på NVR-enheten, följer sedan anvisningarna och kort därefter kan kamerorna ses Live i mobilen eller surfplattan.

NVR-KIT3 stöder molntjänsten “Dropbox” vilket betyder att man kan spara både bilder och video direkt till molnet. Själva kamerorna kan spela in hela tiden, eller starta vid rörelse och spela in samt skicka e-post eller SMS till användaren. Kamerorna spelar in i HD-upplösning (1280 x 720 pixlar) och har IR-belysning för användning dag och natt.

– Många människor har behov av avancerade säkerhetsprodukter för att skydda sin egendom och sina nära och kära. Mars-serien erbjuder våra kunder en mängd avancerade funktioner till ett överkomligt pris, säger Mr. Jonathan Wu, General Manager för Kguard Security. ■

BLUETOOTHLURAR MED MULTIPAIRING

Pioneer har lanserat nya trådlösa Bluetooth-hörlurar, SE-MJ561BT. Hörlurarna bygger på företagets MJ5-serie och erbjuder uppspelning av musik lagrad på smartphones och andra digitala ljudspelare som stödjer bluetooth.

På öronkåpan finns kontroller så att man slipper plocka upp mobilen om det ringer, om man vill byta låt eller bara höja eller sänka volymen. Lurarna är utrustade med NFC, så man kan enkelt para sina hörlurar genom att hålla dem i närheten av en NFC-aktiverad enhet.

Bygeln och öronkuddarna har en mjuk dämpning för att ge en utmärkt komfort och hörlurarna finns i två aluminiumutföranden, silver och brun. SE-MJ561BT väger 160g, är försedda med 40mm driver, har 15 timmars batteritid (tar 3 timmar att ladda) och multipairing support för upp till åtta enheter. ■

TRÅDLÖS MUSIK I HELA HUSET

D-Links Music Everywhere förvandlar gamla högtalare till trådlösa wi-fi-högtalare. Music Everywhere (DCH-M225) är en fristående produkt för D-Links nya utbud kring det smarta hemmet – mydlink Home.

Music Everywhere är liten och portabel och kan enkelt flyttas runt i hemmet eller kompletteras med flera Music Everywhere-enheter, vilket ger möjlighet att styra musiken från rum till rum. Music Everywhere innehåller ytterligare en funktion då den även fungerar som nätverksförlängare till ett wifi-nätverk.

– Music Everywhere gör det otroligt enkelt att dra nytta av alla trådlösa enheter i huset och strömma musik i hemmet utan de begränsningar som exempelvis Bluetooth har, att det endast fungerar på kort distans. För ytterligare bekvämlighet förbättrar vår nya musikprodukt även det trådlösa nätverket genom den inbyggda nätverksförlängaren. Det gör det lättare att nå områden i huset som är svåråtkomliga för den trådlösa wifi-signalen, vilket säkrar en bra musikupplevelse oavsett var du befinner dig i ditt hem, säger Marco Stenvall, produktchef på D-Link.

Music Everywhere ansluts direkt i ett eluttag. Den är kompatibel med både Android- och iOS-enheter, samt nätverksuppkopplade mediaspelare. Den fungerar med alla högtalare eller stereoanläggningar med en standard 3,5 mm hörlurskontakt. Den kan dessutom strömma musik från alla typer av mediaspelare, smartphones och surfplattor som stöder DLNA eller Airplay.

Med hjälp av Wi-Fi Protected Setup (WPS) installeras Music Everywhere med en knapptryckning. Användare som inte har stöd för WPS i sin router kan ladda ner D-Links QRS-app och följa en steg-för-steg-guide, alternativt logga in i D-Links webbgränssnitt för att administrera enheten.

Music Everywhere har stöd för den trådlösa standarden 802.11n och når hastigheter på upp till 300 Mbps. ■

OPERATÖRSOBEROENDE MOBIL HOTSPOT

Netgear har lanserat AirCard 785 4G LTE med dual-band WiFi, för bättre räckvidd och prestanda, som marknadens första upplåsta mobila hotspot.

AirCard 785 anges passa perfekt för pendlare, småföretag, studenter och på temporära arbetsplatser där trådbundet bredband inte finns tillgängligt. AirCard 785 kan hantera upp till 15 enheter (datorer, smarta telefoner, tablets och andra WiFi-uppkopplade produkter) och samtidigt säkerställa höga hastigheter med hjälp av stöd för 802.11b/g/n. Den nya mobila hotspoten fungerar även perfekt i hemmet med tillvalsdockan 4G LTE Boosting Cradle (DC113A) för trådbunden uppkoppling via ethernet för enheter som saknar WiFi-funktionalitet. När AirCard 785 är dockad kan den även fungera som ett 4G LTE modem med alternativ internetuppkoppling för att hantera extremt hög trafik, eller som en reservlösning vid avbrott på den fasta uppkopplingen, meddelar företaget.

Tack vare att NETGEAR AirCard 785 inte är kopplad till en operatör har användaren själv möjlighet att bestämma vilken operatör de vill använda. Det är även enkelt för användaren att hålla koll på hur mycket data som används då det visas direkt på displayen på AirCard 785, vilket minimerar riskerna att överskrida abonnemangsbegränsningar. Dual-band för WiFi växlar automatiskt mellan 2.4GHz för räckvidd och 5GHz för prestanda samtidigt som tekniken minimerar störningar från andra enheter i närheten.

– Vi vill leverera en mängd valmöjligheter för att ge våra kunder den bästa nätverksupplevelsen, oavsett vilken operatör de väljer. Med samtidig dual-band för WiFi kan AirCard leverera både med räckvidd och hastighet. Du kommer att bli förvånad över hur snabbt och enkelt du kan dela din 4G LTE-uppkoppling med AirCard 785 med dina vänner, familj eller kollegor, säger David Henry, produktchef för retail vid Netgear. ■

FULLFORMAT & 5-AXLIG STABILISERING – A7 II

Sony har lanserat a7 II (ILCE-7M2) som världens första kamera med optisk 5-axlig bildstabilisering för fullformats bildsensor.

Kameran anges ha enastående bildkvalitet och är kompakt och lättviktig – och bygger på arvet från a7-serien med världens minsta och lättaste utbytbara objektiv fullformatskamera.

Sony a7 II har en 24 megapixel 35mm fullformat Exmor CMOS-sensor som rör sig längs fem axlar för att kompensera kameraskakningar. Det skall ge en optisk bildstabilisering som motsvarar upp till 4,5 steg snabbare slutartid för korrektion för stillbilder*

* Baserat på CIPA-standard. Kompenserar för vinkelskakningar (pitch och gir). Uppmätt med Sonnar T * FE 55mm F1.8 ZA-objektiv, med lång exponering och brusreducering avstängd. ■

D5500 – SYSTEMKAMERA MED PEKSKÄRM

Nikon har lanserar D5500, som den första kameran i DX-format med vinklingsbar pekskärm. D5500 anges klara allt från snabba rörelser till utmanande situationer i svagt ljus, från stora utskrifter till storslagna filmer.

Nya D5500 är både lättare och tunnare än sin föregångare (D5300). Den har en kompakt, helgjuten konstruktion och det djupa greppet skall kännas som formgjutet för händerna. Den responsiva, vinklingsbara pekskärmen gör att kameran kan styras som en smartphone, och inbyggd Wi-Fi-anslutning gör det enkelt att dela fotografier direkt till en smart enhet.

– Det är med stolthet vi idag kan presentera Nikon D5500. D5500 är helt klart den kamera som är mest kompetent i sin klass. Bildkvaliteten är i topp, autofokusen är ytterst intelligent och framförallt duktig på att följa rörliga motiv. Den nya pekskärmen är lättskött, kamerahuset är otroligt kompakt och lätt och batterikapaciteten är minst dubbelt så stark jämfört med motsvarande modeller. Som kronan på verket gör den inbyggda kommunikationen att man enkelt kan få över sina högkvalitetsbilder direkt till sin smarta enhet så att man kan lägga upp bra bilder på sina sociala nätverk, sade Björn Nordgren, Nordic Product Manager på Nikon Nordic, i samband med lanseringen på CES den 6 januari.

Kamerans bildsensor (i APS-C format) är utformad utan optiskt lågpassfilter så att den verkligen skall kunna utnyttja upplösningen på 24 megapixlar för att skapa detaljrika bilder. Den har ett autofokussystem med 39 punkter och nio korsformade sensorer i mitten samt serietagning på upp till 5 bilder per sekund. D5500 kan också spela in video i Full HD med bildfrekvenser upp till 50p/60p (ingång för extern mikrofon finns).

Nikon har också lanserat AF-S Nikkor 300mm f/4E PF ED VR, som det första Nikkor-objektivet med F-fattning som utrustats med Phase Fresnel-element. Nikon 300 mm f/4 är 147,5 mm långt och väger 755 g, så det är betydligt mindre och lättare än sin föregångare (som är 222,5 mm långt och väger 1,44 kg).

– Nikon strävar ständigt efter innovationer för att göra varje nytt objektiv bättre än sin föregångare. Och då och då lanserar vi en ny generation som radikalt förändrar sättet du kan använda ett objektiv. Nya 300 mm är ett sådant objektiv. Det är betydligt mindre och lättare än sin föregångare, så storleken är inte längre avgörande när du bestämmer om just det här objektivet får följa med i väskan, säger Zurab Kiknadze, produktchef för objektiv, tillbehör och programvara på Nikon Europe.

Nikon har dessutom lanserat AF-S DX Nikkor 55-200mm f/4-5.6G ED VR II, som väger 300 g och är 83 mm långt när det är indraget. Detta nya objektivet är perfekt för de fotografer som vill ha ett lätt teleobjektiv för allmän fotografering, men det kompletterar även zoomobjektivet Nikkor 18-55mm f/3.5-5.6G VR II perfekt, berättar Nikon, och menar att om man kombinerar en liten D-SLR-kamera med de här två objektiven, så får man ett kraftfullt dubbelzoompaket som inte tynger ner väskan. ■

HONOR DEBUTERAR MED HONOR 6

I slutet av 2014 presenterades det nya varumärket Honor för den Europeiska marknaden och först ut i produktportföljen är flaggskeppsmobilen Honor 6, som lanserades som världens snabbaste smartphone.

Varumärket Honor lanserades på ett annorlunda sätt – utan pampiga TV-reklamer eller butikskedjor på de fina gatorna. Istället har större delen av lanseringsinvesteringen lagts på att utveckla en bättre smartphone till ett bättre pris, anger företaget.

Mottot ”av konsumenter, för konsumenter” och C2B-affärsmodellen (consumer-to-business) innebär att Honor tar in regelbunden feedback och förslag från konsumenterna för att ytterligare utveckla användargränssnittet för att sedan, på en regelbunden basis, skicka ut uppdateringar till samtliga användare, meddelar Honor.

Konsumenter uppmanas att lämna sin feedback på www.hihonor.com, www.facebook.com/HonorEurope eller på www.twitter.com/honoreu.

– Genom ”av konsumenten, för konsumenten”-filosofin är Honor ett varumärke som möter konsumenternas behov. Vi ger dem kvalitet, frihet och möjlighet att påverka, vilket gör Honor till en ny livsstil, säger Jeff Liu, VD för Honor.

Först ut i produktportföljen är smartphonen Honor 6 som drivs av ett Octa-core Kirin920-chipset och som stödjer LTE Cat6, vilket ger nedladdningshastigheter på upp till 300Mbps. Honor 6 är därmed världens snabbaste smartphone, enligt Honor.

Den inbyggda kameran på 13 megapixlar gör det möjligt för användaren att genom ett enkelt dubbelklick på volym ned-knappen ta ett foto på 0,6 sekunder, och det inbyggda 3100mAh-batteriet i kombination med SmartPower 2.0-tekniken skall resultera i en batteritid på över två dagar vid normalt användande och över en dags batteritid vid tung användning.

Honor 6 har en 5 tums Full HD in cell-skärm med en pixeltäthet på 445 PPI, och telefonen är utrustad med en yta som skall minimera risken för fingeravtryck och som även skall ge skärmen en silkeslen känsla vid beröring. ■

Från Allmänna reklamationsnämnden:

Om överskridande av ungefärlig prisuppgift

Lämnar ett företag en ungefärlig prisuppgift får det uppgivna priset inte överskridas med mer än 15 procent. Behövs ytterligare kostnadskrävande åtgärder skall kunden kontaktas.

TEXT: ALLAN LARSSON
ILLUSTRATION: ANDERS LUNDMARK

Kunden beställde per telefon utbyte av TV-antennen på sin hustrus fritidshus hos Bolaget. Prisuppgiften han erhöll var 3 000 kr inklusive resekostnader med en möjlig tilläggskostnad om 300 kr för 4G-filter. Efter en månad utfördes arbetet. Han blev efter arbetets slutförande kontaktad av montören som informerade om att ett 4G-filter behövdes men att allt i övrigt hade gått i enlighet med vad som är brukligt. När fakturan kom var den på 5 406 kr, det vill säga 60 procent över beräknat pris. Han har inte informerats om att priset skulle bli högre. Hans hustru, som var på plats, har inte velat ta några beslut vilket hon även framfört till montören. Han frågade inte efter priset eftersom han utgick från att det var i enlighet med avtalat.

Kunden har yrkat nedsättning av fakturabeloppet till det avtalade priset 3 300 kr.

Bolaget svarar

Bolaget har motsatt sig yrkandet. Det pris som uppgavs via telefon var ett ungefärligt pris, inget fast pris, och exklusive mervärdesskatt. Någon offert har inte tillställts kunden. På plats konstaterades det sedan dels att signalkvaliten var dålig i området och att antennen därför var tvungen att bytas ut till en större modell, dels att 4G-signalen var så stark att ett spärrfilter var tvunget att installeras. Hustrun informerades om detta på plats och i slutet av arbetet ville hon att anmälaren skulle kontaktas, vilket också skedde. Varken hustrun eller anmälaren efterfrågade pris på material eller arbete vid installation.

Nämndens bedömning och beslut

”I ärendet är konsumenttjänstlagen (1985:716) tillämplig.

Av 36 § konsumenttjänstlagen följer att om en näringsidkare har lämnat en ungefärlig prisuppgift får det uppgivna priset inte överskridas med mer än 15 procent, såvida inte någon annan prisgräns har avtalats eller näringsidkaren har rätt till pristillägg enligt 38 § samma lag. Det är i ärendet utrett att en ungefärlig prisuppgift har lämnats av bolaget till kunden på 3 300 kr inklusive 4G-filter. Enligt nämndens praxis ska en prisuppgift som en näringsidkare lämnar till en konsument alltid anses innefatta mervärdsskatt om inte annat tydligt framgår. Kunden har uppfattat priset som inklusive mervärdesskatt. Bolaget har, mot kundens bestridande, inte kunnat bevisa att Bolaget klargjort att priset var exklusive moms.

Bolaget har inte heller visat att parterna, när arbetet utfördes, avtalat om annat pris eller att det ingåtts en överenskommelse om tilläggsarbete eller att tjänsten fördyrats på grund av omständigheter som beror på konsumenten och som skulle ha berättigat till pristillägg. Om en näringsidkare upptäcker att tjänsten kommer att bli betydligt dyrare än vad konsumenten hade kunnat räkna med ska näringsidkaren underrätta konsumenten om förhållandet och begära hans anvisningar (6 § konsumenttjänstlagen). Bolaget har därför inte rätt att överskrida den lämnade prisuppgiften med mer än l5 procent. Detta innebär att Bolaget inte har rätt att kräva betalt för det utförda arbetet med mer än 3 795 kr inklusive moms (3 300 kr x l,15). Bolaget ska därför rekommenderas att sätta ner fakturans belopp med l 611 kr (5 406 kr - 3 795 kr).”

”Nämnden rekommenderar Bolaget att sätta ned fakturans belopp med 1 611 kr till totalt 3 795 kr inklusive moms.” ■

– Köket är en spegel av hur människors sociala och ekonomiska liv utvecklas idag, hur vi förändrar vår konsumtion, hur vi bor, hur vi tillagar mat, hur vi äter och hur vi socialiserar oss med andra, säger Tamira Snell från Köpenhamns Institut för framtidsstudier.

I framtiden – individualism

One size fits all, en storlek passar alla, är något som definitivt hör till det förflutna. Dagens konsumenter blir allt mer individuella och allt mer krävande.

TEXT & FOTO: JAN BJERKESJÖ

Tidigare delade vi in människor beroende på deras livsstilar. Idag kan en och samma människa sägas ha flera livsstilar under en och samma dag, säger Tamira Snell från Köpenhamns Institut för framtidsstudier.

Och det är något som exempelvis vitvaruproducenter har att förhålla sig till i utvecklingen av nya produkter.

Tamira Snell presenterade något av vad framtidsforskningen kommit fram till då Siemens bjöd in nordiska journalister till sitt evenemang i Köpenhamn i början av februari och lanseringen av nya ugnsserien iQ700.

– Köket är en spegel av hur människors sociala och ekonomiska liv utvecklas idag, hur vi förändrar vår konsumtion, hur vi bor, hur vi tillagar mat, hur vi äter och hur vi socialiserar oss med andra.

Köpenhamns institut för framtidsstudier studerar bland annat dagens stora globala megatrender, alltså hur människor över en period av år förändras och hur det påverkar samhället.

– Ett bra och tydligt exempel på förändringar är hur vi exempelvis definierar begrepp som familjen. Under de senaste 60 åren har begreppet splittrats upp. Idag har vi 37 olika familjekonstellationer i Danmark, till exempel pappor som är singlar ena veckan och lever med flera barn andra veckan.

En annan global megatrend är att människor blir allt äldre, så hur ska vi definiera ”äldre” som grupp då den kan innehålla människor från 60 år och upp till 100 år och ännu högre?

– En gemensam sak är att äldre vill vara oberoende i sina egna hem, och hur kan exempelvis vitvaruproducenter hjälpa till med nya produkter i den utvecklingen? Teknik ska hjälpa oss att forma vardagen som vi önskar, säger Tamira Snell.

Nya vitvaror med ny teknik kan hjälpa oss att laga god mat utan att behöva uppsöka restauranger och den tekniken innebär redan nu att exempelvis ugnen själv kan avgöra när maträtter är färdiga.

Singlar

Singlar är en annan global trend som ökar, vilket betyder att allt fler människor exempelvis äter i ensamhet hemma i köket. Men det innebär också att behovet av köket som en ny form för att socialisera med andra ökar.

– Framtidens seniorboenden kan mycket väl förväntas ha ett centralt kök som ett sätt för ensamma människor att få möjligheten att umgås.

För att analysera behoven räcker det inte längre bara med att fråga konsumenter utan även att titta på hur de lever sina liv. Det har Siemens exempelvis gjort i processen att få fram nya ugnsserien iQ700, då man inte bara frågade 7 000 konsumenter om deras sätt att tillaga mat utan faktiskt också studerade hur man använde sitt kök i vardagen.

Den sista megatrenden som Tamira Snell tog upp är urbaniseringen. Idag lever halva jordens befolkning i städer, men år 2050 förväntas 70 procent leva ett liv i städer.

– Yta kommer att bli allt mer värdefullt och därför växer smarta länder, smarta städer och smarta kök fram. Människor kommer att bli allt mer medvetna om saker som energiförbrukning, närproducerade varor och hur vi kan minska sopmängden.

I takt med att vi i allt högre grad lever ett liv ”online” kommer tekniken fortsätta förändra våra liv framöver. Redan nu förändras gränser för vilka vi släpper in i våra hem i och med att allt fler har börjat hyra ut övernattningsmöjlighet för de som inte väljer hotell. Kockar har öppnat sina hem för ätande gäster. Och det allra senaste är att om vi inte orkar äta upp hela pizzan kan vi lägga upp en bild av resterna och sälja vidare.

Fakta – Globala megatrender

Familjen – vad som utmärker begreppet delas upp i allt fler konstellationer. Idag finns 37 olika familjekonstellationer i Danmark.

Singlar – antalet människor som lever som singlar ökar, vilket bland annat kommer att ställa nya krav på köket och hur vi kan socialisera med andra.

Urbanisering – idag lever hälften av jordens befolkning i städer och år 2050 förväntas den siffran ha ökat till 70 procent.

Online – idag lever allt fler ett digitalt liv varje dag, som kommer att förändra våra liv och ställa nya krav på nya produkter. ■

Nya iQ700 innehåller så många nya funktioner att det skulle ta mig en hel dag att gå igenom alla, säger Axel Dannert, BSH.

Design och tid bakom iQ700

Marknadsledande Siemens lanserar nu den nya ugnsserien iQ700 på nordiska marknaden. Fokus ligger på design och tidsaspekten, vilket har gjort att den nya ugnen är tre produkter i ett. Siemens iQ700 innehåller nämligen ånga och micro utöver ugnsfunktionerna.

– På det sättet har vi lyckats få ned tillagningstiden i många fall med 50 procent. För alla som vill ha slow food snabbt finns det nu ett alternativ, säger Martin Knobloch, CEO Northern Europe för BSH Home Appliances.

TEXT & FOTO: JAN BJERKESJÖ

Det ligger ett omfattande arbete bakom den nya ugnsserien. Över 7 000 konsumenter har inte bara tillfrågats utan även filmats i förarbetet, där 130 ingenjörer under tre års tid utvecklade vad som kom att bli den nya ugnsserien iQ700, med 240 patent.

– Men det är egentligen oväsentligt. Det viktiga är att konsumenten upplever produkterna som tilltalande och enkla att använda, säger Martin Knobloch.

Ugnsserien innebär att Siemens har utvecklat den snabbaste ugnen någonsin, tack vare att ugnen innehåller såväl micro som ångkokare. Vinsten för konsumenten står i att tillagningstiden kan minskas upp till 50 procent.

Den tidsbesparande funktionen kallas varioSpeed, och kombinerar de vanliga ugnsfunktionerna med microvågsugnens. Dessutom finns funktionen ”pulseSteam” då ånga adderas.

En annan funktion som förkortar tiden är ”coolStart”, där exempelvis en pizza tidigare behövde 20 minuter nu blir klar redan efter tolv minuter direkt från frysfacket och utan förvärmning.

Siemens satsar också på sensorteknik med nya 4D-hotAir, som gör det möjligt att baka på fyra nivåer i ugnen på samma gång. Och när all tillagning är klar finns funktionen ”activeClean” som gör ugnen självrengörande.

Löser livspusslet

Siemens är ett tekniskt företag, som skulle kunna ta fram en mängd nya produkter på egen kraft, men det viktigaste med den nya serien är att utvecklingsarbetet bygger på att företaget frågat och filmat över 7 000 konsumenter. Det säger Axel Dannert, Product Manager Cooking Appliances hos BSH.

– Jag har själv sett ett antal filmer på svenska konsumenter som säger sig använda ugnen på ett sätt, men som i själva verket gör på ett annat sätt. Till exempel har vi rekommenderat att ha plåten på tredje falsen när man använder varmluft, men det gjorde inte konsumenterna, Nu har våra ingenjörer fixat det genom ett helt

För alla som vill ha slow food snabbt finns det nu ett alternativ, säger Martin Knobloch, CEO Northern Europe för BSH Home Appliances.

nytt varmluftssystem som innebär att användaren inte behöver bry sig om vilken fals som används. Vår fläkt snurrar åt båda hållet och sprider värmen på ett helt nytt sätt, berättar Axel Dannert.

En annan sak som iQ700-serien tillför är att lösa mycket av det livspussel som är många konsumenters vardag och där tid är en nyckelfaktor.

– Genom att kombinera microfunktionen med ånga halveras tillagningstiden. Dessutom gör pyrolysfunktionen ugnen lätt att rengöra. iQ700 innebär det bästa av alla världar. Teleskopskenor i micron trodde man inte var möjligt, och dessutom behöver de inte tas ut under pyrolysrengöring. Och ett nytt unikt varmluftsystem gör livet mycket enklare för konsumenten. Nya iQ700 innehåller så många nya funktioner att det skulle ta mig en hel dag att gå igenom alla, säger Axel Dannert.

Användargränssnittet är utformat så att Simenensanvändare ska känna igen sig, med ett centralt vred och med ”vingar” av funktionsknappar som används från vänster till höger. Designmässigt i fråga om utformning har den svarta glasytan utökats och stålet minskats.

– Svart glas har blivit det nya rostfria, säger Axel.

iQ700 visades upp för första gången under IFA, men ska nu lanseras i nordeuropa och baltikum. Till lanseringseventet i Köpenhamn i början på april var över 1 100 återförsäljare och inköpare inbjudna. iQ700 ska ut på marknaden under april, men marknadsföringen kommer att intensifieras under hösten i print, online och med TV-reklam.

Fakta – iQ700-serien

varioSpeed – Ugnen bakar och steker upp till 50 procent snabbare än konventionella ugnar. Till exempel är en lasagne redo att serveras efter halva tiden: 20 minuter i stället för 40, och naturligtvis med lika bra resultat. Det tekniska tricket är en kombination av en vanlig ugn och en mikrovågsugn.

coolStart – Fryst mat är klar på rekordtid. coolStart förkortar tillagningstiden för mat såsom fryst pizza, vårrullar eller pommes frites. Om en pizza tidigare behövde 20 minuter, är det nu klart efter bara tolv minuter, direkt från frysen och utan förvärmning.

4D-hotAir – Tack vare ugnsseriens 15 uppvärmningsmetoder, rankas iQ700 också som en professionell kvalitesprodukt. 4D-hotAir gör det möjligt att baka på upp till fyra nivåer samtidigt i ugnen.

activeClean – Med pyrolysprogrammet activeClean rengör ugnen sig själv, grundligt. Tryck på en knapp och ugnen värms upp till en hög temperatur och förvandlar rester till aska som lätt kan torkas bort. Och inga rengöringsmedel behövs. Även ugnens teleskopskenor och plåtar är specialdesignade för att rengöras med activeClean.

roastingSensor Plus – Stektermometern roastingSensor Plus har tre mätpunkter för en mer precis temperaturmätning, som ska ge ett perfekt resultat oavsett maträtt, bröd eller kaka. Användbart för exempelvis lätt rosa oxfile eller helstekt kyckling genom temperatursteg. roastingSensor Plus kan kombineras med den inbyggda mikrovågsugnen och pulseSteam-funktionen.

bakingSensor – Sensorteknologi som mäter fukthalten i ugnen och kan avgöra när brödet eller kakan är färdig. ■

Samsung ångugn NV9900.

Samsung Chef Collection

2015 är året då Samsung skall förändra hur du förvarar, förbereder och tillagar din mat, anger företaget, och berättar att den nya köksserien Chef Collection är resultatet av Samsungs passion för innovation, i kombination med inspiration och kunskap från stjärnkockar runt om i världen.

God mat börjar med bra ingredienser, och ingen vet bättre än en kock hur man bäst förvarar och tillagar sina råvaror för att uppnå det perfekta resultatet. Samsung har samlat kunskapen från stjärnkockar runt om i världen och lanserar nu köksserien Chef Collection. Ett resultat som skall ta ditt kök och din matlagning till en helt ny nivå.

Ångugnen NV9900

Samsung digitaliserade tvättstugan med den uppkopplade tvättmaskinen WW9000. Nu är det kökets tur. Med den smarta Chef Collection-ugnen NV9900 slipper man springa till köket för att se hur lång tid som återstår, eller febrilt leta efter den rätta tillagningstemperaturen. Samsung NV9900 är nämligen utrustad med inbyggt WiFi.

Via Samsungs applikation Smart Home kan man bevaka och justera temperatur och tillagningstid direkt från sin mobiltelefon.

Man har även snabb tillgång till över 80 automatiska tillagningsprogram. Funktionen Vapour Techonology fördelar het ånga genom ugnens fläkt och ser till att fukt och värme sprids jämnt. Resultatet anges bli en saftig insida och en utsida med härlig textur – och onödiga knappar och vred är utbytta mot en 4,6-tums LCD-pekskärm.

Kylskåpet RB8900

I Chef Collection-kylskåpet RB8900 kan man förvara sin mat i precis rätt förhållanden, anger Samsung, och berättar att med hjälp av funktionen Precise Chef Cooling minimeras temperaturvariationen i skåpet till max ±0,5 grader.

I lådan Chef Zone kan temperaturen anpassas separat, för optimal förvaring av särskilda råvaror som fisk och kött. Det fristående kylskåpet RB8900 är speciellt konstruerat för att gå kant-i-kant med kökets inredning. Likt ett helintegrerat skåp, fast med upp till 30 procent mer utrymme tack vare Samsungs isoleringsteknologi Space Max, ger RB8900 dig större utrymme på insidan utan att ta mer plats på utsidan.

Induktionshällen NZ9900

Med Chef Collection-hällen NZ9900 behöver man aldrig mer fundera på plattans temperatur. De virtuella lågorna hjälper amvän-

Samsung diskmaskin DW9000.

Samsung induktionshäll NZ9900.

daren läsa av zonens aktuella värme och är en bekväm hjälpreda för den som är van att kunna läsa av värmen på lågorna hos en gasspis.

Hällen är även utrustad med ett magnetiskt vred för att man snabbt ska kunna reglera zonernas temperatur trots kladdiga fingrar. När matlagningen är över kan man lyfta bort det avtagbara vredet för enkel rengöring.

Diskmaskinen DW9000

Samsung DW9000 är utrustad med den egenutvecklade tekniken WaterWall. Till skillnad från traditionella diskmaskiner som sprider vattenstrålar i cirkelrörelser, innebär WaterWall-tekniken att jetstrålar i botten på maskinen skapar en svepande vägg av vatten och på så sätt täcker hela diskmaskinens nedre botten, anger Samsung och förklarar att det inte spelar någon roll var man placerar den smutsigaste disken, inga hörn kommer undan.

Funktionen Zone Booster skall göra det möjligt att diska hårt smutsad disk och vardagsdisk på samma gång. När man placerar den smutsigaste gratängformen på ena sidan och middagstallrikarna på den andra och aktiverar Zone Booster anpassas jetstrålarnas styrka mot de olika sidorna.

Fyra plus fler

Utöver dessa fyra huvudspelare innehåller Samsungs Chef Collection-serie fler produkter som skall göra köket till hemmets stolthet – som den rörelsestyrda fläkten NK9000, värmelådan NL7000 som håller både mat och tallrikar varma och kombimikrovågsugnen NQ9000 med LCD-touchskärm och grillfunktion. ■

Samsung kylskåp RB8900.

Resultatet fortsätter förbättras

Electrolux VD och koncernchef Keith McLoughlin kommenterade den 28 januari 2015 resultatet för fjärde kvartalet.

Koncernens rörelseresultat fortsatte att förbättras och ökade med 20 procent till 1 472 miljoner kronor för fjärde kvartalet. Den goda utvecklingen är resultatet av förbättringar inom verksamheterna i flera av våra viktiga regioner; Europa, Latinamerika och Asien/Stillahavsområdet. Professionella Produkter fortsatte också att visa en stabil utveckling. Anpassningen till nya energikrav påverkade resultatutvecklingen i Nordamerika. Av våra sex affärsområden uppvisade fem en rörelsemarginal på över sex procent för kvartalet.

Arbetet med att säkerställa lönsamheten inom den europeiska verksamheten fortsätter att visa goda resultat. Genom kostnadsbesparingar, högre effektivitet i produktionen och en optimering av produktportföljen har rörelseresultatet väsentligt förbättrats. Produktmixförbättringar har kompenserat för lägre försäljningsvolymer och strukturell prispress. Försäljningen av inbyggnadskök fortsatte att öka. Vi förväntar oss att marknadsefterfrågan på vitvaror i Europa växer med 1-2 procent under 2015, även om utvecklingen i Ryssland är mycket osäker.

Verksamheten i Nordamerika uppvisade fortsatt organisk tillväxt tack vare förbättringar av produktmixen. Försäljningsvolymerna minskade bland annat på grund av en lägre försäljning av frysar och en fortsatt svag marknad för luftkonditionering. Resultatet påverkades, som under tredje kvartalet, negativt av de stora anpassningar som genomförs för att uppfylla nya energikrav för kylar och frysar. Bedömningen är att denna omställningsprocess kommer att påverka resultatet även under första halvåret 2015. Spistillverkningen vid den nya fabriken i Memphis är ännu i ett uppstartskede, vilket har påverkat kostnadseffektiviteten. Vi förväntar oss att marknadsefterfrågan på vitvaror i Nordamerika växer med 3-5 procent under 2015.

Marknadsförhållandena i Latinamerika är fortsatt tuffa och efterfrågan i regionen försvagades ytterligare under kvartalet. I en sådan marknad är det positivt att vi har lyckats öka försäljningsvolymerna på den viktiga brasilianska marknaden. Prisökningar i kombination med åtgärder för att minska kostnaderna har gett goda resultat. Efterfrågan i Latinamerika verkar nu vara på väg att stabiliseras, även om det fortfarande finns ett stort mått av osäkerhet, särskilt mot bakgrund av den senare tidens försvagning av flera valutor i regionen.

Kostnadsbesparingar inom vår verksamhet i Asien/Stillahavsområdet bidrog till en positiv resultatutveckling under sista kvartalet 2014. Efterfrågan i Australien förbättrades mot slutet av året, efter flera kvartal med negativ tillväxt, medan efterfrågan i Kina och på de flesta marknader i Sydostasien var fortsatt svag. Trots detta ökade våra försäljningsvolymer i regionen och utvecklingen var särskilt stark i Sydostasien.

Åtgärdsprogrammet för att förbättra koncernens tillverkningsstruktur, som initierades under 2004, är nu inne i sitt slutskede. Syftet med åtgärderna är att ytterligare stärka konkurrenskraften genom att flytta tillverkningen från högkostnads- till lågkostnadsregioner. I dag återfinns närmare 70 procent av vår produktion i lågkostnadsländer, jämfört med 25 procent för tio år sedan. Trots att det sannolikt kommer att finnas behov av omstruktureringar också framöver, bedömer vi att dessa blir väsentligt mindre i omfattning. Därmed kommer eventuella omstruktureringskostnader från och med i år att belasta resultatet direkt.

År 2014 var ett bra år för Electrolux och vi genererade över 6,6 miljarder kronor i kassaflöde vilket motsvarar närmare 140 procent av rörelseresultatet. Koncernen är väl positionerad för en fortsatt lönsam tillväxt även under 2015, med fokus på att ytterligare öka värdet för våra aktieägare. Vi förväntar oss att kunna slutföra det pågående förvärvet av amerikanska GE Appliances under året. Förvärvet av GE Appliances väntas i stor utsträckning bidra till att vi kan uppnå koncernens vision att vara det bästa vitvaruföretaget i världen enligt våra kunder, anställda och aktieägare. ■

Ny visuell identitet

Electrolux introducerade den 14 januari en ny visuell identitet för företagets varumärke.

Med en uppfräschning av den klassiska logotypen och nya tydliga standarder för bild- och formspråk är designen avsedd att sticka ut i de sammanhang där konsumenter kommer i kontakt med Electrolux, anger företaget.

– Electrolux satsar på att bli ett företag med konsumentinriktad marknadsföring i världsklass, som har tydligt fokus på konsumentdriven innovation och starka varumärken. En viktig del i det arbetet är att skapa en spännande och tydlig varumärkesupplevelse, som är enhetlig i alla beröringspunkter med konsumenterna. Vår nya visuella identitet kommer att hjälpa oss att uppnå det, i en digital värld och butiksmiljö som har förändrats dramatiskt under de senaste åren, säger MaryKay Kopf, marknadsdirektör på Electrolux.

I den nya logotypen syns företagsnamnet i ett nytt typsnitt, unikt för Electrolux, och mer utrymme ges åt den tidlösa Electroluxsymbolen, som har använts sedan 1962.

Den nya visuella identiteten kommer att synas överallt där konsumenter möter Electrolux: i butiker, på nätet, på förpackningar och i mobilen. Utrullningen sker gradvis från och med den 14 januari 2015. ■

Electrolux förvärvar

Electrolux meddelade den 5 februari att man har tecknat avtal om att förvärva Veetsan.

Shanghai Veetsan Commercial Machinery Co. Ltd., en av de största tillverkarna av professionella diskmaskiner i Kina. Affären är ett led i koncernens strategi att öka tillväxten i det professionella segmentet.

Electrolux affärsområde Professionella Produkter är världsledande inom tillverkning och distribution av storköksutrustningar och kommersiella tvättlösningar, och genom förvärvet stärker affärsområdet sin närvaro i Kina och i Asien/Stillahavsområdet, där företaget ser möjligheter till stor tillväxt de kommande åren.

– Genom att förvärva Veetsan kan vi möta växande efterfrågan i regionen på lösningar som garanterar goda och hygieniska resultat på internationell nivå. Professionell diskutrustning är en av de mest lovande produktkategorierna eftersom den fortfarande har en avsevärt lägre penetrationsgrad i Kina än professionella produkter i andra kategorier, som exempelvis matlagning och kylförvaring, säger Alberto Zanata, chef för Electrolux Professionella Produkter.

Veetsan grundades 2003 och har visat stabil tillväxt de senaste tio åren. Bolaget omsätter omkring 90 miljoner RMB (115 miljoner kronor) och har cirka 200 anställda i Kina.

Förvärvet förväntas slutföras under första halvan av 2015, och kräver godkännande av berörda myndigheter. ■

LAGAR ALLT FRÅN VARMRÄTT TILL DESSERT

Multifry är en ny och innovativ multigryta från De'Longhi som ger flera egenskaper i en och samma maskin. Man kan steka mat med väldigt lite olja och laga allt från risotto och cous-cous till pizzor, kakor och pajer i en och samma maskin.

De'Longhi har tagit fram en multimaskin som med sitt innovativa "Surround Heating System" (SHS) omger maten med värme för att garantera en jämn temperatur och tillagning, anger företaget, och berättar att SHS-teknologin i Multifry ger möjligheten att få till en perfekt stekyta på maten snabbt, samtidigt som man själv kan fokusera på att tillaga andra rätter.

Multifrys perfekta värmeprestanda uppnås genom ett övre och ett undre värmeelement, som kan kombineras eller användas var för sig, samt en fläkt som skall garantera jämn fördelning av värmen. Till 1 kg pommes frites som görs av färsk potatis så behövs bara 1,4 cl olja – det vill säga mindre än en matsked. Multifry har också en roterande arm vilket möjliggör tillagning av en mängd olika recept och rätter som kräver omrörning.

– Det här en riktig drömmaskin som lagar allt från varmrätt till dessert helt själv samtidigt som man själv kan göra annat. Dessutom är den väldigt lätt att rengöra, säger Ulrika Ekelund Brand Manager på De'Longhi. ■

KOMBIÅNGUGN MED AUTOMATISK RENGÖRING

Inspirerad av de professionella köken presenterar Gaggenau ett helautomatiskt rengöringssystem för alla kombiångugnar i serie 400 med direkt anslutning till vatten och avlopp. Innerutrymmet rengörs oöverträffat hygieniskt med en rengöringspatron och vatten, anger företaget, och berättar att de nya kombiugnarna kan köpas från och med andra hälften av 2015.

– Gaggenau är en pionjär inom området ångugnar, sedan vi för 15 år sedan var den första tillverkaren som lanserade kombinationen ånga och hetluft på den privata marknaden, något som dessförinnan bara fanns för professionella kök. Med det helautomatiska rengöringssystemet presenterar vi återigen en banbrytande innovation. Hälsosam ugnsstekning, grillning och gratinering blir på detta sätt ännu mer attraktivt, eftersom den manuella rengöringen bortfaller helt, kommenterar Sven Schnee, internationell chef för Gaggenau.

Det helautomatiska rengöringssystemet rengör kombiångugnen även när den är mycket smutsig med hjälp av patronen på cirka 4 timmar utan att användaren behöver göra något ytterligare, meddelar Gaggenau, som menar att rengöringen är lika grundlig som pyrolysen i den vanliga ugnen. Den patron som behövs för rengöringen fästs inuti ugnsutrymmet. Ett set på fyra rengöringspatroner ingår i leveransen. Ytterligare patroner kan beställas som specialtillbehör från kundtjänst.

Vid behov kan kombiångugnen på samma sätt avkalkas med en speciell avkalkningspatron. Även denna kan beställas som specialtillbehör från kundtjänst. ■

WHIRLPOOL NORDIC & TURA SCANDINAVIA

Whirlpool etablerar ett distributörssamarbete med Tura Scandinavia. Målsättningen med samarbetet är att öka servicegraden till kunder som idag beställer relativt små volymer med leverans från Whirlpools europeiska centrallager i Italien.

För kunder innebär det att man från och med 19 januari 2015 kan vända sig till Tura Scandinavia vid all beställning av Whirlpool reserdelar och Wpro tillbehör. Tura Scandinavia kommer att lagerföra de mest frekventa reservdelarna och tillbehören på sitt moderna lager i Nässjö, Sverige – där större delen av Norden nås på 48 timmar. För kunderna innebär det i de flesta fall betydligt snabbare leverans, anger företaget.

Reservdelar med låg omsättningshastighet kommer precis som tidigare levereras från Whirlpools lager i Italien, men via Tura Scandinavia.

– Vi är mycket glada att Whirlpool Nordic valt oss som distributörspartner. Vi är övertygade om att samarbetet kommer att öka servicegraden för Whirlpool Nordics kunder. Med ett modernt, strategiskt placerat logistikcenter når vi på kort tid alla kunder i norden, säger Stefan Eriksson, VD Tura Scandinavia AB. ■

Bara några rader...

...om CES & MWC

I detta nummer blev rapporteringen från CES2015 inte bara annorlunda jämfört med vad undertecknad hade tänkt sig - jag vill oftast ha med mycket mer än vad jag både har tid med och får plats med - utan även en smula annorlunda i utformningen, i det att det börjar med Klas Elms blogg från mässan i Las Vegas (så som den publicerades på nydesignade www.elektronikbranschen.se 4-9 januari) och fortsätter med en - näst intill - kronologisk betraktelse av undertecknad. Allt fick inte plats, så mer kommer i nästa nummer.

I detta nu (söndag kväll den 8 februari) finns endast två videoklipp från CES2015 uppe på nya hemsidan www.rateko.se, men tanken är att 15 till skall finnas där när denna tidning kommer ut – det skulle varit 17 till, men tyvärr blev ljudet så dåligt på två av de inspelade videoklippen att det helt enkelt inte går att lägga upp dem. Till nästa mässa, som är MWC i Barcelona 2-5 mars 2015, måste jag göra något åt den svajiga kvaliteten på ljudupptagningen vid inspelning av video på mässor – och jag har en plan...

Om det nu blir något besök på MWC för undertecknad i år. Jag har besökt ett stort antal mässor sedan jag började på Rateko 1999, och de senaste åren har tidningen fokuserat på de fyra mässorna CES i Las Vegas, IFA i Berlin, MWC i Barcelona och Photokina i Köln (där den sistnämnda endast anordnas varannat år). Onsdagen den 4 februari bokade undertecknad resa och boende för MWC. Torsdagen den 5 februari kom ett e-postmeddelande från GSMA Mobile World Congress Press Team där det stod ”Press/Analyst Accreditation Declined”!?

Det är första gången på 16 år, och gissningsvis 50 besökta mässor, som det har hänt – och jag har följt anvisningarna ”If you feel that your application has been declined in error” för att be dem tänka om, och tänka rätt...

En god vän, och kollega i branschen, på en tidning i Norge fick samma svar 29 januari och e-postade tillbaka den 30 januari. Inget svar har kommit ännu.

Så vi kanske ses på MWC...

OLA LARSSON

• 4K • LED • LJUDDESIGN • LIGHTING • ULTRA HD • BELYSNING • AUDIO • NEWSROOM • GOBOS •

Registrera dig på www.llbmassan.se och ladda ner mässans app för full koll på hela eventet!

VI SYNS OCH HÖRS!

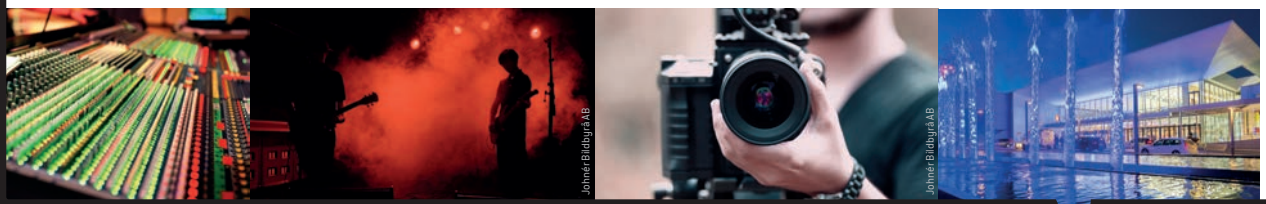
Den 17–19 mars ses vi äntligen igen när Ljud, Ljus och Bildmässan samlar Sveriges branschproffs för tre intensiva dagar på Stockholmsmässan. Här kan du se de senaste produkterna, träffa gamla och nya kollegor, få häftig inspiration och göra riktigt bra affärer.

LJUD LJUS OCH BILDMÄSSAN 17–19 MARS

Kunskap du inte vill vara utan • Öppettider: 10.00–18.00

Iphone

Android



2015

www.llbmassan.se

Vi ses på Stockholmsmässan!

▼ Brännvidd 28mm, Exponering F/10, 15.0 sek, ISO100 @Ian Plant

När du köper ett Tamron 16-300mm

500:- CASHBACK

under perioden 1 feb - 31 mars 2015

Sätter en ny standard för megazoomar.

16-300mm

F/3.5-6.3 Di II VC PZD MACRO

Världens första **18.8x** Zoom

Världens första megazoom med 16mm vidvinkel och 18,8x zoom.
Upplev fantastiskt kreativa möjligheter tack vare avancerad optisk teknologi. Denna extremt mångsidiga megazoom har ett brännviddsområde från 16mm vidvinkel till 300mm tele. Med en närgräns på bara 39cm över hela zoomområdet klarar den också makro-fotografering. Objektivet har även bildstabilisering, tyst supersnabb autofokus och väderskydd.

Finns för digitala APS-C SLR-kameror från Canon, Nikon och Sony*.

* Sony-versionen har inte bildstabilisering eftersom detta finns inbyggt i Sonys kamerahus.

5 YEAR WARRANTY

EISA AWARD Best Product 2014-2015 DSLR ZOOM LENS Tamron 16-300mm F3.5-6.3 Di II VC PZD

Tamrons objektiv säljs av välsorterade foto-återförsäljare
www.tamron.se / www.focusnordic.se

focus NORDIC

TAMRON
New eyes for industry